

Elisabetta Benelli

Design e moda sul posto di lavoro



AMON

Elisabetta Benelli

Progetto grafico: Studiomemo, Firenze
Note biografiche (pgg. 69, 106, 131, 137-155) a cura dell'arch. prof. F. Filippi

Design e moda sul posto di lavoro



AMON

© Copyright 2012 by Amon
www.amonedizioni.it

ISBN: 9788866030942
Stampato in Italia - Printed Italy

L'ufficio è morto?	6
Prefazione di Alessandro Ubertazzi	
Introduzione	9
Una visione molto libera e poco istituzionale delle cose.	13
Colloquio con Ettore Sottsass/1983	
Trasmettere una emozione poetica.	25
Colloquio con Ignazio Gardella/1985	
Una tecnologia colta per esprimersi in modo libero.	41
Intervista a Marco Zanuso/1986	
Arte in ufficio. Una situazione precaria e abbastanza misteriosa.	59
Colloquio con Lucio Del Pezzo/1987	
Arte in ufficio. Un racconto imprevedibile in cui lo spazio è protagonista.	71
Colloquio con Giuseppe Marinelli/1987	
Un giovane e promettente architetto.	79
Intervista a Mario Bellini/1987	
La qualità è nella testa.	99
Incontro con Piero Busnelli/1987	
La necessità di cercare altri valori.	109
Incontro con Giulio Castelli e Michele De Lucchi/1990	
Arte in ufficio?	121
Incontro con Renzo Bighetti/2002	
Il nuovo complesso della Toyota Motor Italia.	133
Incontro con Shigeru Iwakiri/2003	
Una sensibilità fine e forte.	139
Colloquio con Aldo Cibic/2003	
Troppo spesso vedo tanta finta funzionalità.	146
Colloquio con Aldo Cibic/2003	
Nello studio dell'architetto.	151
Colloquio con Dante Benini/2003	
Parliamo di design dell'ufficio con Alessandro Ubertazzi	157
Tendenze nel design dell'ufficio.	163
Nel futuro il nostro studio sarà simile a un club?	175
Contributo di A. Ubertazzi	
E allora prendo e vado al lavoro nell'orto!	185
Contributo di J. Filieri	
La scrivania, il cuore dell'ufficio.	197
Sulla scrivania tradizionale dal calamaio alla penna usb	211
Dietro la scrivania: l'abito da lavoro	229
Fashion workwear	247
Bibliografia	5

L'ufficio è morto?

Prefazione di Alessandro Ubertazzi

Nella cosiddetta civiltà industriale, alla quale ufficialmente apparteniamo (anche se personalmente preferisco definirla, in termini più attuali, civiltà della comunicazione), sono recentemente intervenuti dei fenomeni così sostanziali da avere indotto conseguenze grandiose nella gran parte degli ambiti operativi della società civile.

Quando, qualche anno fa', gli inserzionisti di "Habitat Ufficio" (in realtà i veri sostenitori dei costi della rivista di cui ero direttore da circa dieci anni) mi fecero pervenire le loro rimostranze per il fatto che essa non corrispondeva più pienamente alle loro legittime ma improbabili fantasie imprenditoriali, mi dimisi dalla carica asserendo piuttosto perentoriamente, ma inaspettatamente, che l'ufficio era morto.

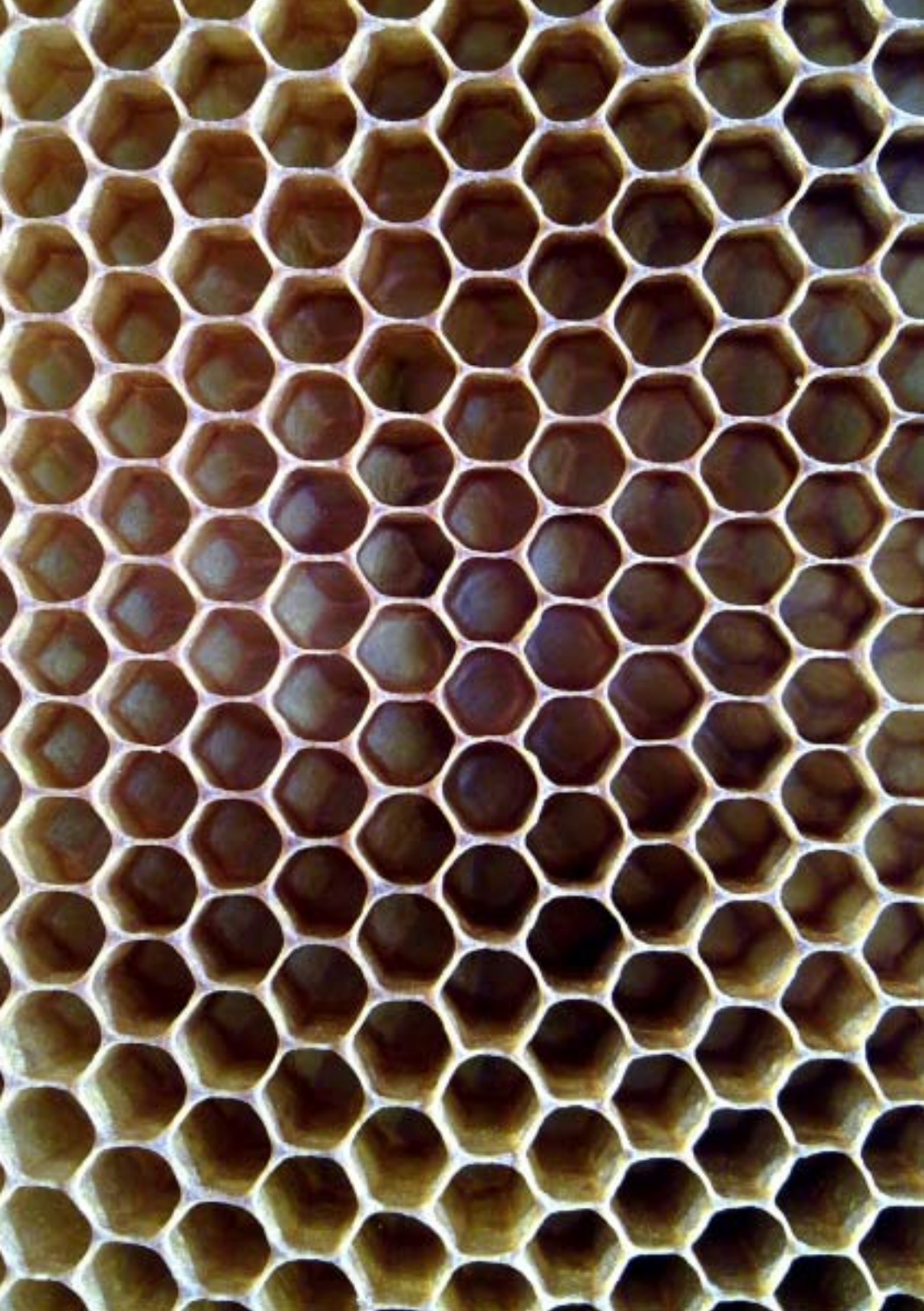
In realtà, morto era l'ufficio che loro ritenevano dovesse sempre più strutturarsi irrigidendosi con tavoli, mobili e sedute sempre più complesse e articolate e, se così si può dire, un po' "alla tedesca", in modo meccanicistico. Non sto a dire della quantità di baggianate alle quali ho dovuto dare ascolto e spazio: i tavoli da lavoro dovevano essere inclinabili, dovevano contenere e nascondere cablaggi sempre più ingombranti, dovevano collegarsi l'uno all'altro per consentire una indefinita serie di configurazioni... mancava solo che dovessero volare; le sedie dovevano essere sempre più ergonomiche, più dimensionate e coerenti con i posteriori di tutte le possibili segretarie del mondo, reclinabili (ma solo in parte), alzabili e abbassabili a piacimento, ecc.

Come ho detto, quell'ufficio era morto e direi perfino sepolto.

Poiché ero stato fra i primi possessori di un telefono cellulare, gli occhiali con i quali vedevo il mondo mi consentivano di considerarlo sempre più vecchio e inadeguato rispetto al futuro imminente che avrebbe riscontrato modi realmente nuovi di organizzare il lavoro moderno.

Il fatto che Elisabetta Benelli abbia voluto riprendere una serie di interviste che avevo rivolto ad alcuni personaggi di allora per

collegarne brillantemente i contenuti alla pluralità dei fenomeni che si svolgono attorno a una scrivania, le ha consentito di trarre delle conclusioni allora non così evidenti e, comunque, di tracciare una sorta di bilancio in attesa di essere fortemente rivisitato e discusso; dalla biro...all'abito da lavoro.



Introduzione

Nel panorama dei metodi usati nella ricerca, l'intervista, proprio per la sua plasticità, rappresenta uno strumento ampiamente diffuso finalizzato alla raccolta di informazioni che consentono di raggiungere elevati livelli di approfondimento: un intervistatore competente è infatti in grado di gestire le dinamiche complesse che si creano nella relazione con l'intervistato, sfruttando appieno la flessibilità che tale strumento potenzialmente offre. Proprio leggendo alcune interviste che il professor Ubertazzi ha rivolto, tempi addietro, a personaggi di alto rilievo in ambito progettuale ed artistico, è nata l'idea di scrivere questo testo su un argomento che offre molti punti di riflessione: il luogo di lavoro come espressione della filosofia di chi lo abita e di chi lo frequenta.

Partendo proprio dalle parole degli intervistati, infatti, ho voluto ripercorrere l'evoluzione dell'ambiente di lavoro come spazio fisico all'interno del quale si svolge una determinata attività; con questa occasione ho voluto altresì estrapolare alcune considerazioni di carattere generale sugli ambiti del progetto alle varie scale.

In particolare, ero rimasta piuttosto colpita da un editoriale della rivista *Habitat Ufficio* nella quale Ubertazzi dichiarava perentoriamente: *"l'ufficio è morto"*. Riflettendo su quella drastica affermazione, mi sono ritrovata a indagare su quali potevano essere le cause e forse anche gli oggetti, che avevano decretato quella fine e mi sono trovata anche a ricercare, con una certa nostalgia, gli oggetti che, nel passato, caratterizzavano alcuni ambienti di lavoro essendone una componente indispensabile, con un'identità forte e immediatamente riconoscibile, le cui funzioni sono spesso state inglobate in anonimi oggetti ipertecnologici o addirittura immateriali.

L'oggetto "concreto", quale referente del mondo reale, è ed è stato il supporto fisico di un messaggio che parla di se stesso ma,

contemporaneamente, esprime l'identità di colui che lo utilizza, in un interscambio di rapporti indispensabili a consentire una vera interazione fra la parte immateriale e comunicazionale di questo e le persone cui esso è destinato.

Sono soprattutto gli oggetti di cui ci circondiamo a esprimere alcuni lati della nostra personalità o, in ogni caso, a inviare determinati messaggi ai nostri interlocutori; così, se la scelta di un determinato tipo di spazio, di arredo o di finitura si presenta più adatto per "parlare di una professione e anche di una certa professionalità", allo stesso modo si può affermare che anche "l'abito" consente alle singole personalità di esprimersi spesso nel tentativo di "infondere" maggiore o minore fiducia nell'interlocutore. Nel nostro caso, quindi, "l'abito fa certamente il monaco" ed è proprio per questo motivo che (anche se in questo contesto non è opportuno esprimere giudizi sul *look* di certi professionisti i quali, non essendo costretti a indossare una divisa prestabilita, affidano la loro credibilità al proprio gusto personale) mi è sembrato interessante accennare anche all'evoluzione dell'"abito da lavoro" soffermandomi, in particolare, sulla divisa intesa nella sua più ampia accezione. È interessante osservare che certi capi, nati come indumenti da lavoro, sono entrati dapprima nell'abbigliamento giovane *casual* per poi trasformarsi addirittura in oggetti *cult*. Si pensi alle felpe termiche di Cahrartt o alle scarpe Timberland e Caterpillar ma, soprattutto, ai *blue jeans*, simbolo di svariate culture e generazioni, prima fra tutte quella "alternativa" del '68. Nati negli stati americani dell'ovest (dove i cercatori d'oro, i minatori e gli operai necessitavano di indumenti decisamente resistenti), dagli anni '80 in poi, i *blue jeans* sono stati "trasformati" dal talento creativo di molti stilisti del *made in Italy* (primo fra tutti Roberto Cavalli) che li hanno nobilitati conferendo loro nuove prospettive e ulteriori simbolismi. Osservando l'estetica semplice e funzionale dell'abbigliamento da lavoro, nato per assecondare i movimenti del corpo e per proteggerlo, appare evidente come esso sia stato e sia tuttora una

fonte di ispirazione inesauribile per molti stilisti che hanno saputo dare nuova identità e bellezza a molteplici elementi tecnici e funzionali, declinando in infinite varianti la semplice eleganza degli indumenti da lavoro.

Partendo da alcune considerazioni emerse dalle interviste, nella seconda parte del testo ho voluto raccontare la storia di alcuni "oggetti di moda e di design" che riguardano l'ambiente di lavoro la cui "biografia", come sottolinea l'antropologo Igor Kopytoff, "*si intreccia e si incrocia con le vicende umane*" e rivela molto spesso le caratteristiche e i cambiamenti della società.

Elisabetta Benelli



**MA OGNI GIORNO IL SOLE
TRAMONTA**

Una visione molto libera e poco istituzionale delle cose.

Colloquio con Ettore Sottsass

Alessandro Ubertazzi:
Prima di approfondire i temi più specifici della progettazione di attrezzature e di ambienti-ufficio, desidero che tu tracci un sintetico panorama, quasi un bilancio delle tue esperienze nel settore degli spazi di lavoro.

Ettore Sottsass:
La mia esperienza nell'ambito dell'ufficio è iniziata con i progetti di macchine, prima che con i mobili: dal 1959 in poi ho lavorato per la Olivetti sui calcolatori, sui terminali e sulle macchine per scrivere, prima manuali, poi elettriche.
In seguito Roberto Olivetti mi chiese di occuparmi anche della Olivetti Synthesis, la società del gruppo Olivetti che si occupa di mobili per ufficio e che, in quel momento, stava producendo classificatori, armadi per l'archiviazione e la serie di mobili Spazio disegnata da Belgiojoso, Peressutti e Rogers.
Non ci si preoccupava ancora dell'“ambiente-ufficio”, non si curava il rapporto tra operatore e arredamento, ma i mobili erano venduti soprattutto come servizi o supporti delle macchine.
All'inizio non conoscevo molto bene questi problemi e come tutti allora, anch'io ero sotto la pressione culturale di quella che si può chiamare “sistemistica”: credevamo che tutto ciò che progettavamo dovesse appartenere a sistemi o generarne; che la vita stessa si sarebbe risolta in una serie di sistemi.
In quel periodo incominciavo anche a fare ricerche ergonomiche, a compiere scelte di tipo modulare, dimensionale, cercando di capire cosa poteva essere un insieme di mobili per ufficio, raggruppato seguendo determinati criteri.
Questi studi erano le naturale prosecuzione delle ricerche che stavo compiendo sui supporti delle macchine; stavamo cercando di disegnare mobili che non rispondessero tanto a criteri estetici, ma rendessero più omogeneo l'ambiente: il risultato fu la Serie 45. Eravamo alla fine degli anni '60.

Gli inizi degli anni '70 hanno rappresentato un momento fondamentale per l'evoluzione della cultura dell'ufficio: Propst stava studiando il sistema della Herman Miller, il gruppo tedesco che cercava un assetto scientifico del terziario e che voleva organizzarlo statisticamen-

te. Il problema dell'arredamento dell'ufficio cominciava a diventare un sistema mentale, quasi una scienza esatta.

Nello stesso tempo, si iniziava a parlare di landscape office: ci si chiedeva insomma come si potesse organizzare e poi vivere in un ufficio che diventava sempre più dinamico e avesse quindi l'esigenza di trasformarsi completamente, spostando gli operatori da piccoli uffici isolati ad ambienti più vasti, nei quali fosse più facile la gestione dei rapporti tra i gruppi di lavoro.

All'inizio, le reazioni erano state piuttosto negative, soprattutto per la mancanza di privacy che derivava dalle nuove soluzioni adottate; ora, in parte, questi problemi sono stati risolti: le pareti modulari sono state aumentate e rese sempre più isolanti, i cavi non sono più visibili e, inoltre, in questo tipo di uffici sono stati favoriti gli scambi interpersonali ed è stata facilitata la via comunitaria.

Fino ad allora le informazioni venivano trasmesse nei corridoi: adesso in un certo senso, tutto l'ufficio è diventato corridoio.

A.U.:

Il processo di personalizzazione del lavoro, ancora in atto, ha determinato una maggiore esigenza di comunicazione; nella progettazione di ambienti per ufficio è stato necessario concepire zone d'incontro istituzionalizzate?

E.S.:

Certo, queste zone, create proprio per facilitare gli scambi d'informazione e gli incontri, devono essere gradevoli, accoglienti e invogliare, appunto, al contatto interpersonale.

Abbiamo parlato dei mutamenti dello spazio ufficio, ma senza dubbio la grande rivoluzione è stata operata dall'invasione delle macchine: non solo macchine da scrivere elettroniche, ma anche stampanti, dischi, nastri, terminali, video.

Questo provoca naturalmente altri problemi; ad esempio chi è costretto a passare molte ore al giorno davanti a un terminale è sottoposto a stress sempre più intensi. Aumentano anche le esigenze degli operatori; le scrivanie, ad esempio, molto spesso devono avere il piano di lavoro in grado di salire e scendere o avere zone in grado di accogliere le tastiere. Inoltre, anche l'espansione del settore terziario, accompagnato dal fatto che gli impiegati siano intellettualmente sempre più raffinati, da luogo a un desiderio di comfort maggiore, addirittura di una certa opulenza dell'ambiente garantita dai mate-

riali, dalle finiture, dai colori, dagli spessori, dalle superfici, dalle luci, che comprendono sia quelle generali che "private".

Io credo che in questo campo i progressi compiuti siano stati molti, anche se ancora esistono esempi di sfruttamento dello spazio che considero aberranti: penso, ad esempio, a un ufficio che ho visto a Cupertino, dove ad ogni impiegato era destinato un piccolissimo box. A uno ne seguiva un altro, fino a formare lunghissimi corridoi, centinaia di piccole celle uguali tra loro, delimitate da basse pareti. La cura dei dettagli, la ricchezza del verde delle piante, non cancellavano l'aspetto di un paesaggio che, per sfruttare al massimo lo spazio, raggiungeva risultati terrificanti, che non posso considerare positivi. Un esempio opposto è quello di un ufficio a S. Francisco, realizzato personalmente da un industriale dell'abbigliamento, utilizzando una vecchia fabbrica di cui erano state conservate le capriate in legno. Con la sua falegnameria aveva fabbricato i mobili per l'ufficio; nei corridoi, pure arredati, era esposta una splendida collezione di patchwork; una intera squadra di giardinieri si occupava del giardino, quasi una foresta, in cui le piante venivano continuamente cambiate.

Anche questo ufficio era a pianta aperta, ma studiato in modo da offrire un'immagine di comfort, di armonia generale.

L'ultima tendenza mi sembra che proceda in direzione contraria rispetto a quanto avveniva negli anni in cui progettavo il Sistema 45 per l'Olivetti: oggi si vuole eliminare ogni sistematicità dall'ufficio per renderlo sempre più personalizzato. Un ambiente può quindi essere arredato in stile Luigi XVI e un altro con mobili in bambù, un terzo disegnato da Michael Graves, oppure può essere addirittura il risultato della mescolanza di stili diversi.

Io sono senz'altro d'accordo con questa tendenza, penso che si possa arrivare al caso-limite di portare nel proprio ufficio la poltrona che più piace, che si trova più confortevole.

A.U.:

L'aspirazione a un paesaggio figurale proprio, soggettivo, mi sembra che appartenga all'evoluzione della nostra cultura, alla crescita intellettuale di ciascuno di noi.

E.S.:

Sì, sicuramente. Con il nuovo sistema Icarus dell'Olivetti abbiamo cercato di andare incontro a queste tendenze attraverso la scelta di



Ettore Sottsass, macchina per scrivere Valentine per Olivetti, Milano, 1969.

determinati spessori, di forme arrotondate, di una tonalità soft che diventi, più che un colore, un ensemble cromatico.

Ora, poi, spingendoci oltre, stiamo preparando in questo periodo una nuova versione di ufficio decorato: la dimostrazione di come, anche nell'ambiente più severo, possa esistere la decorazione (tipo Memphis, tanto per spiegarci). Per risolvere le esigenze più diversificate, abbiamo inoltre realizzato scrivanie non tutte uguali, ma di forma rotonda, quadrata, con gambe di diverso tipo.

Il problema, però, è quello di avere alle spalle un'industria molto forte, capace di sopportare commercialmente un'idea del genere, che implica la produzione di una quantità enorme di pezzi, una notevole flessibilità organizzativa e, anche, una visione molto libera e poco istituzionale delle cose.

A.U.:

Mi piacerebbe che tu ci parlassi della tua complessa esperienza intellettuale che, partendo da istanze razionali, mi sembra sia approdata, in tempi più recenti, a risultati quasi opposti.

E.S.:

Molti notano questa apparente dicotomia tra i lavori svolti per l'Olivetti e altri, come quelli realizzati in ceramica o, ultimamente, per Memphis.

Io non so fino a che punto esista un ponte fra le due situazioni: in realtà ho sempre razionalizzato condizioni diverse.

Ad esempio, pensiamo a Memphis che sembra la cosa più libera, più facile ed entusiasmante: in realtà questo processo progettuale è forse più difficile di un progetto per l'Olivetti, tale deve essere l'attenzione e la cura per entrare in una determinata condizione culturale, estetica e antropologica.

Risolvere questo tipo di problemi risulta più complicato che risolvere problemi di funzionalità fisica o di ergonomia.

Quando lavoro per Olivetti so di dover rimanere in un determinato ordine culturale, ma posso stabilire in che misura io voglio rispettare questo ordine o invece spingere al massimo la mia ricerca. Anche questo limite, d'altronde, non è immobile e invalicabile, tanto che stiamo appunto progettando mobili per ufficio decorati.

Sempre attento alle qualità dell'oggetto, cerco costantemente di "sensorializzarlo", di renderlo cioè più recepibile dai sensi che dall'intelletto.

In questo, potete trovare la ragione di certi miei spessori, di certe curve, di certi colori: tutti questi fattori aumentano la possibilità di una comunicazione percettiva.

All'inizio, influenzato dalla cultura razionalista di mio padre e del Bauhaus, cercavo di liberarmi da questi retaggi cercando una formulazione gestuale dell'architettura: così i tavoli erano tutti storti, le architetture erano fatte di volte. Poi ho capito che queste soluzioni erano limitative.

Nel '56 feci un viaggio in America da cui sono tornato completamente cambiato: avevo capito che il sistema, in questo caso la comunità, mette certe condizioni che non si possono oltrepassare. Gaudì, ad esempio, ha superato questi limiti e ha creato un fenomeno interessante, che però nessuno è stato in grado di continuare.

A.U.:

Penso sia interessante approfondire questi accenni alla tua formazione, anche per gli influssi sulla tua opera.

E.S.:

Mio padre era architetto e aveva studiato a Vienna. Io, ancora piccolissimo, sfogliavo libri su Hoffman, Wagner e, senza accorgermene, sono stato probabilmente influenzato dalle loro teorie. Penso ad esempio all'idea del "colore piatto", ben definito, non mescolato, all'idea di una certa struttura che non corrisponde tanto a una ricerca estetica, ma rappresenta il tentativo di riportare l'oggetto su un piano rituale, quasi religioso.

Credo sia anche stato molto importante, nella mia formazione, la totale mancanza di una educazione religiosa, tanto che non ho mai avuto problemi spirituali di alcun genere.

Mi sono invece entusiasmato per la cultura indiana, non in quanto cultura spiritualista, ma in quanto cultura del corpo. Così, attraverso lo yoga, mi ha interessato il modo di esplorare la componente spirituale della gestione del corpo. A questi miei interessi è certamente legato il problema della sensorialità, che comporta la scelta di certi colori, di certi spigoli.

La mia considerazione si basa su "brani sintattici" frutto di un diverso retroterra culturale che rifiuta la comunicazione tradizionale che invece procede per "brani stilistici".

È comunque difficile quantificare l'importanza delle nostre avventure esistenziali sul nostro lavoro.

A.U.:

Mi sembra che queste considerazioni aiutino a capire la tua figura professionale e culturale e, d'altro canto, anche l'atteggiamento perplessito di molti nostri colleghi che ritengono le tue proposte più recenti forse in contrasto con la straordinaria lucidità del tuo pensiero.

E.S.:

Probabilmente ci sono argomenti degni di lucidità, altri meritano invece un atteggiamento diverso.

Nella storia della medicina tradizionale vi è stato qualche cosa di simile: per anni non ci si è voluti interessare di fenomeni come quello dell'agopuntura o delle droghe centroamericane; poi ci si è accorti che l'uso di queste possibilità rispondeva a tecnologie altrettanto sofisticate quanto la nostra chimica; risolvevano altri problemi, si rivolgevano ad altre situazioni. Io ho imparato a sforzarmi a non credere che ci sia una sola soluzione per i problemi: ce ne sono centomila e tutte degne di grande attenzione.

Questo è importante come atteggiamento generale, mentale e morale.

A.U.:

Ritornando nell'ambito più specifico dell'ambiente per l'ufficio, cerchiamo di descrivere quello che potrebbe succedere nel futuro.

Pensando all'ufficio di domani, l'immagine che ci viene per prima alla mente non corrisponde tanto a un'oggettiva estrapolazione di dati disponibili, quanto a un nostro desiderio.

Vorrei chiederti quali sono gli ingredienti che ci possono far capire come evolve questo settore, oppure se vi è qualche direzione verso cui possiamo "tirare".

E.S.:

La prima cosa che mi viene in mente è che presto potremo avere l'ufficio in casa.

Quella che può sembrare una soluzione futuribile, potrebbe essere invece già attuabile tecnologicamente: l'unico ostacolo, oggi, è la mancanza di controllo che ne deriverebbe, di controllo sull'elettronica, prima che sulle persone.

Soprattutto certi executive potrebbero benissimo rimanere a casa e avere lì tutte le informazioni desiderate.

Già adesso, in America, ci sono meeting telefonici ad alto livello, sen-

za che questo comporti alcun tipo di problema. Non so se questa soluzione potrebbe essere auspicabile; io credo che, soprattutto dal punto di vista psicologico, sia importante lavorare in una comunità, dove il contatto è certamente diverso da quello che si può avere attraverso un telefono. A parte queste soluzioni, almeno apparentemente fantascientifiche, ci sarà comunque una crescita in termini di comfort: attraverso colore e suoni adatti, attraverso una tattilità rispettata ci sarà anche un'evoluzione della vita comunitaria.

Diminuiranno le scrivanie di tipo antico perché ormai è necessario manipolare la carta in un certo modo, servendosi di macchine; ci saranno sempre più gadget elettronici di ogni tipo e ci sarà un'enorme massa di informazioni che passerà continuamente sotto i nostri occhi ma che verrà anche gestita in modo nuovo.

In questo momento gli strumenti di cui disponiamo, anche una semplice scrivania, sono realizzati in modo da potersi adattare alle necessità del fruitore; svanirà in misura sempre maggiore il concetto di "sistema", che non ha più dimensioni rigide, ma diventa fluido, a misura d'uomo.

È molto difficile prevedere ciò che la tecnologia, che sta avanzando a una velocità incredibile, potrà proporre nel futuro; ma, poiché essa aumenta la necessità di razionalizzare ogni operazione, in breve ognuno di noi avrà in dotazione un suo piccolo terminale.

A.U.:

Vorrei proporti un'ultima domanda relativa ai materiali. Un problema che io stesso mi sono più volte posto è quello dei finti materiali, del finto legno, ad esempio: vorrei che tu dicessi qualche cosa sull'esigenza, da un lato, di una continuità con la tradizione attraverso un messaggio che ormai si è molto stemperato e, dall'altro, sull'incapacità del mercato di recepire la bellezza, la intrinseca qualità di un materiale artificiale.

E.S.:

Sollevi un grosso problema.

In America il 90% delle cose che vedi sono false: mattoni, case, prati, tutto è falso.

A me questo sta bene, vedo queste cose in America e mi diverto molto; alcune mi sembrano più belle che se fossero di un materiale vero. Io non ho questo tipo di nostalgia della verità. Ci sono delle resisten-

ze perché la gente rimpiange una certa cultura: la tavola di legno finisce per rappresentare un mondo contadino perduto. Questo, dunque, è soprattutto un problema psicologico, sociale e culturale che non coinvolge solo i materiali.

Con Memphis abbiamo cercato di dimostrare che il laminato plastico può essere più bello del legno e altrettanto "vero".

C'è stato un momento in cui la cultura del legno era importantissima. Pensiamo ad esempio ai mobili danesi, interamente costruiti in legno. In seguito il design italiano ha fatto tremende "scorpacciate" di plastica, poi è ritornato ancora il legno.

Il nostro sforzo tende a destituzionalizzare la scala di qualità dei materiali: tutti sono bellissimi, il problema viene dal come usarli.

Ancora oggi, inoltre, sembra ineliminabile far corrispondere a questi materiali un preciso status sociale che non ha più ragione d'essere.

Come cambia la lingua, per la necessità di esprimersi sempre meglio e sempre più velocemente, così cambia la scelta dei materiali: dopo aver progettato le scrivanie della "serie 45" interamente in laminato plastico, ho dovuto poi farne una edizione in legno e non perché queste non funzionassero, ma per una precisa richiesta dell'Olivetti.

Naturalmente, anche nella scelta di un materiale "falso", ci deve essere consapevolezza: un materiale deve essere scelto per le sue peculiarità. Voglio dire, ad esempio, che si deve saper apprezzare la riga più scura che appare sullo spigolo del laminato plastico e non, come avviene adesso, cercare di nasconderla o eliminarla. Io, pur avendo sempre usato le forme tonde, tanto mi sono innamorato di questa riga nera che, limando il materiale, ho fatto in modo di farla apparire.

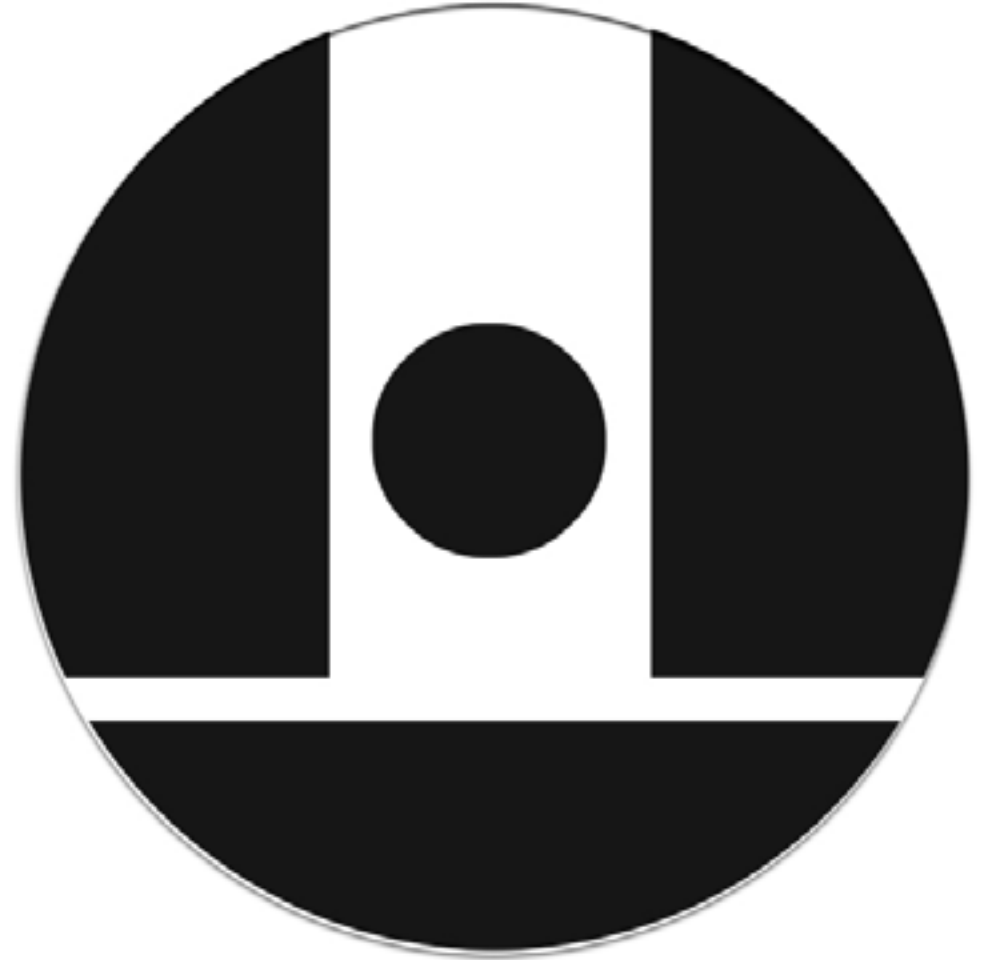
Ho fatto un intero discorso su queste problematiche.

Anche per i materiali, avviene qualcosa di simile a quanto è stato detto da Mendini nel sostenere che è più bella, o per lo meno più interessante, la periferia del centro. In questo c'è diffidenza per un intero istituto culturale.

Non riesco quindi ad accettare un'impostazione moralistica al problema del vero e del falso, che considero prima di tutto un problema antropologico e culturale.

Alessandro Ubertazzi, *Una visione molto libera e poco istituzionale delle cose*. Colloquio con Ettore Sottsass, in "Habitat Ufficio" n. 8, Alberto Greco, Milano, settembre 1983, pagg. 20-32.

Ettore Sottsass (Innsbruck, 14 settembre 1917 - Milano, 31 dicembre 2007) dopo la laurea, conseguita al politecnico di Torino nel 1939, inizia l'attività professionale a Milano, dove collabora con Giuseppe Pagano. Nel 1958 inizia la sua collaborazione con la Olivetti, nel settore del *computer design*, a fianco di Marcello Nizzoli, di cui prenderà il posto dopo il ritiro. Questa attività durerà circa trent'anni e porterà all'affermazione di un nuovo stile per i prodotti da ufficio della ditta di Ivrea. Tra gli oggetti progettati si possono ricordare le calcolatrici Summa-19, Divisumma 26 e Logos 27 (1963), le macchine per scrivere Praxis 48 (1964) e Valentine (con Perry King) e il sistema per ufficio Synthesis (1973). Il progetto più importante è stato il computer Mainframe Elea 9003 (1959), grazie al quale vinse il Compasso D'Oro nello stesso anno. Nel 1981 fonda il gruppo Memphis assieme a Hans Hollein, Arata Isozaki, Andrea Branzi, Michele de Lucchi e altri architetti di livello internazionale. Questa esperienza cambierà per sempre l'idea e la forma del mobile, attraverso un pensiero che può essere sintetizzato con le stesse parole di Sottsass: *"Memphis dona agli oggetti uno spessore simbolico, emotivo e rituale. Il principio alla base di mobili assurdi e monumentali è l'emozione prima della funzione"*
Nel 1980 fonda lo studio Sottsass Associati.



Ettore Sottsass, *smalto*, Milano, 1958.

punto uno dei contenuti, deve entrare con tutta la sua autonomia nel processo compositivo. Non credo che abbia ragione d'essere nemmeno l'altro famoso slogan "tutto ciò che è utile è bello" che potrebbe, caso mai, essere sostituito con "tutto ciò che è bello è utile" perché il bello contiene in sé la categoria dell'utile.

Oggi, un modo per orientarsi nel difficile esercizio dell'architettura potrebbe essere appunto quello di abbandonare la vecchia distinzione tra forma e contenuto e di pensare che, nel processo progettuale, entrano con la loro autonomia tutte le parti, che trovano poi la loro giusta collocazione nell'intero, in rapporto con le altre parti, così come una parola la trova nel contesto della frase.

A. U.:

Credo anch'io che sia necessario riportare il problema della forma all'interno dei requisiti per il progetto; il destinatario del progetto ha anche bisogno di forma.

I. G.:

Il mestiere dell'architetto è quello di progettare manufatti. Uso questa espressione perché la parola "manufatto" suggerisce la compresenza di altre mani, oltre a quelle dell'architetto.

L'architetto è un regista e il suo tipo d'attività è molto diverso da quella dello scrittore che scrive, completamente solo, il suo libro a tavolino. L'opera dell'architetto deve rispondere a esigenze di tipo diverso: alla destinazione specifica del manufatto, nel nostro caso dell'edificio, ma anche a quelle dovute al fatto che l'edificio si situa in un contesto più ampio, nella città.

Un'opera architettonica, infatti, non è un'entità isolata ma può essere paragonata a un individuo che vive in una società e che, proprio nel rapporto con gli altri, trova l'esaltazione e la definizione della sua individualità.

Ritorniamo al problema della forma come contenuto. Io credo che se, nella sua sintesi finale, l'architettura non riesce a comunicare un'emozione poetica e si limita a restare pura edilizia è negativa e controproducente, sia per l'individuo che per la società.

A. U.:

Credo sia molto giusto ritornare sulla distinzione tra architettura ed edilizia per ricordare che non tutto ciò che è stato costruito è architettura.

I. G.:

Ho sempre sostenuto che una miriade di quartieri costruiti in Italia e all'estero, restano solo esempi di edilizia e concorrono a far degenerare la vita civile nella violenza e nella droga.

Cito sempre a questo proposito una frase di Pascal "il y avait un rapport parfait entre une chanson et une maison" ("C'era un rapporto perfetto tra una canzone e una casa"). Nei vecchi paesi quest'armonia esisteva; oggi, nei nuovi quartieri delle nostre città, essa si è in gran parte persa perché si è privilegiato il fattore tecnico, dimenticando il valore lirico dell'espressione architettonica.

L'architetto, dunque, deve essere anche artista, nel senso greco del termine per cui l'arte è anche tecnica.

È comunque essenziale essere capaci di trasmettere un'emozione poetica.

Considero il termine "edilizia" riduttivo rispetto a quello di "architettura", anche se è impossibile pensare a una cosa senza l'altra: "l'edilizia" è una nozione intrinseca al concetto stesso di "edificare", ma nell'architettura ci deve essere qualche cosa di più, una sorta di impercettibile messaggio. La differenza tra edilizia e architettura è, in un certo senso, simile a quella tra linguaggio comune (testuale) e linguaggio poetico (contestuale). Usare l'espressione "Siena mi fé, disfecemi Maremma" è molto diverso dal dire "Sono nato a Siena e sono morto in Maremma". La poesia dà alla frase una maggiore e più incisiva espressività.

A. U.:

Nel Corso tenuto da Marco Zanuso, talvolta poniamo agli studenti una domanda che spesso poniamo anche a noi stessi: "architetti si nasce o si diventa?"

I. G.:

Credo di poter rispondere a questa difficile domanda riferendomi alla mia esperienza personale.

Nella vita, in fondo, si scelgono poche cose. Non si sceglie l'anno della nascita, il colore dei propri occhi né come saranno i nostri figli. Nascendo si è condizionati da un'infinità di fattori. In questo limite la mia esperienza è un po' particolare: io, infatti, provengo, non per mia scelta, da una famiglia di architetti. Erano architetti mio padre, mio nonno, mio bisnonno e lo è anche mio figlio. Da bambino, a otto o nove anni, copiavo, sotto la guida di mio nonno, i disegni dei testi

di Vignola e questo esercizio grafico, che allora mi sembrava noiosissimo, credo mi sia stato poi molto utile. La pressione familiare, inizialmente, ebbe un'influenza negativa, tanto che mi fece preferire la Facoltà di Ingegneria; solo più tardi presi la laurea in Architettura. La mia scelta finale è dunque derivata da un rifiuto dell'influenza familiare e dal progetto del rifiuto.

Per tornare al tema della domanda, non credo che gli uomini siano tutti uguali, non intendo naturalmente parlare della dignità umana, uguale per tutti, ma delle attitudini individuali. La componente derivante dalle condizioni genetiche e caratteriali è senz'altro importante. Non credo che tutti allo stesso modo, con un'educazione adatta, possano diventare bravi architetti. Naturalmente, poi, le attitudini individuali possono, con l'educazione, essere conservate, esaltate.

A. U.:

Commentando il significato dei termini "edilizia" e "architettura" dicevi della necessità che quest'ultima si confronti dialetticamente con il suo contorno, con la peculiarità e la specificità dei luoghi. Mi piacerebbe che tu approfondissi questo aspetto, magari riferendola a casi specifici della tua esperienza.

I. G.:

Dall'inizio della mia attività ho sempre pensato che, poiché un oggetto si colloca in un determinato ambiente, il suo rapporto con il contesto sia fondamentalmente impossibile da trascurare.

Per me è quindi assurdo pensare a un oggetto senza sapere dove deve essere collocato. Persino nell'arredamento i mobili che ho progettato sono stati pensati per un determinato ambiente e poi, in qualche caso, avviati alla produzione in serie.

Questo fin dall'inizio, dai tempi del Dispensario Tuberculare di Alessandria, per il quale ho tenuto conto dell'ambiente padano, riprendendo il grigliato in mattoni dei fienili delle cascine e riproponendolo per schermare i terrazzi.

Questo non per simpatia con l'architettura "spontanea", come allora si diceva, ma per riallacciarmi, con la ripetizione di un tipico stile, a quel particolare quadro ambientale.

A. U.:

Ciò che tu affermi ci porta a un altro argomento.

Ho notato che hai posto sempre molta attenzione alla scelta del ma-

teriale, come ad esempio nella costruzione di un determinato serramento o nella realizzazione di un rivestimento.

I. G.:

La mia attenzione ai materiali non è mai stata legata ad alcuna aprioristica preferenza per un materiale particolare. Non ho mai pensato che per essere "moderni" occorresse utilizzare dogmaticamente il ferro o il vetro oppure il cemento a vista. Ho sempre legato il materiale a un determinato momento del processo progettuale, al carattere di un edificio, a un luogo preciso. Per il mio progetto della Casa alle Zattere di Venezia mi è parso giusto riprendere quelli che erano i materiali di Venezia (ad esempio la pietra d'Istria) e di riferirmi agli elementi coloristici tipici dell'architettura veneziana. Certo una casa come quella non l'avrei mai pensata a Milano. Non ho mai fatto delle scelte a priori ma, semmai, di congruenza e contrappunto nel contesto del progetto e del luogo.

A. U.:

Parliamo ancora di Venezia.

In questo momento io stesso sto approfondendo l'argomento, avendo deciso di partecipare al Concorso indetto da Aldo Rossi. Sto quindi indagando sulla impercettibile, ma da tutti riconosciuta, specificità di Venezia. Mi sono chiesto in che cosa consista questa specificità: nell'acqua che riflette tutto, nella tradizione storica d'impero commerciale a contatto con l'Oriente, nell'uso predominante di determinati materiali, appunto la pietra d'Istria e il lastricato di trachite o, ancora, nel comportamento, in un certo carattere veneziano, conseguenza dell'abitare in un luogo così particolare.

I. G.:

Credo all'"intero" come un "semplice" fatto di molti complessi.

Un'architettura più è semplice e più, in realtà, è complessa. Questo "semplice" è la decantazione d'infiniti complessi, di infinite parti.

Credo dunque che tutte le componenti da te elencate abbiano avuto una loro influenza.

Se dovessi riassumerlo in una parola, direi che il carattere di Venezia è "pittorico", mentre invece quello di Genova, ad esempio, è fortemente "plastico". Tutto in Genova è ben definito, robustamente caratterizzato: via Garibaldi è, a mio parere, la via più plasticamente architettonica del mondo. A Venezia, invece, tutto tende a sfumare



Ignazio Gardella, R63 per Azucena, Milano, 1963.

nella pittoricità, ad assumere la magica mobilità delle forme riflesse nelle acque dei canali.

A. U.:

Avendo rivisitato le tue opere in occasione di questo incontro, desidero un tuo commento a proposito della torre proposta nel tuo progetto per la piazza del Duomo di Milano.

Anche piazza del Duomo è un luogo molto particolare; ultimamente se ne è parlato tanto.

I. G.:

Ritorniamo all'inizio della mia attività, al 1933-34, quando venne indetto il concorso per l'Arengario in Piazza del Duomo. Il mio progetto prevedeva una torre che voleva essere, più che un arengario, nello stesso tempo simbolo della città nella sua storia, torre campanaria e passeggiata architettonica: salendo le scale, infatti, era possibile prima vedere la piazza, poi il Duomo, infine tutta la città. Alle pareti dovevano essere collocate delle sculture che si riferissero alla storia di Milano.

Nel progetto non era prevista una sistemazione della piazza, ma già allora io pensavo, come ho detto in una recente intervista, che si dovesse ridurre la sua dimensione con un edificio che la tagliasse a metà, sull'asse della Galleria. Ad esempio un porticato che delimitasse il sagrato davanti al Duomo.

A. U.:

Vorrei che, dopo aver trattato problemi più generali, affrontassimo ora un tema più specifico, quello dell'ufficio.

Hai spesso progettato spazi di lavoro: come li hai affrontati e quale evoluzione c'è stata nel tuo pensiero?

I. G.:

Premetto che ho sempre trovato assurdo fare una netta distinzione tra tempo libero e tempo lavorativo, come se quest'ultimo fosse una sorta di tempo della schiavitù. Ci deve invece essere una stretta interrelazione tra questi due diversi momenti della nostra vita. Non credo che solo in casa si debba trovare un ambiente confortevole, mentre nello spazio di lavoro ci si debba occupare solo della stretta funzionalità. Il mio punto di partenza è stato la volontà di realizzare ambienti in cui fosse piacevole vivere e lavorare. Ho poi tenuto con-

to, come sempre ho fatto, della ubicazione dell'edificio. La percezione degli uffici della società Kartell, che ho progettato in collaborazione con Anna Castelli Ferrieri, è anche nel colore, immediato e violento, dato che essi sono vicini a un'autostrada. Gli uffici dell'Alfa Romeo di Arese sono invece più calmi e distesi nella pianura: hanno il significato quasi di una porta di città, una porta d'ingresso al vasto complesso della fabbrica. Sulla tanto dibattuta questione dell'open space non posso dimenticare che tutti noi, una quindicina d'anni fa, eravamo estremamente favorevoli a questa soluzione. Io, da molti punti di vista, non ho cambiato parere, ma penso si debba tener conto della posizione fortemente negativa di molti fruitori che, probabilmente, considerano questo tipo di spazio come uno strumento per controllare continuamente il loro lavoro. Credo comunque che non ci possa essere una risposta generale nell'antinomia open space - "uffici cellulari", ma che si debba trovare una soluzione per ogni singolo caso. Sono tuttavia favorevole a un paesaggio interno dell'architettura industriale, tendenzialmente molto libero anche se architettonicamente ben definito, in cui sia possibile diversificare gli spazi da parte dell'utenza.

A. U.:

Ti è capitato che un cliente qualche volta abbia posto delle richieste curiose riguardo allo spazio di lavoro?
Come instauri il rapporto come la committenza?

I. G.:

Varia molto da caso a caso. Con gli uffici per la Kartell siamo stati completamente liberi; con l'Alfa Romeo, dopo che era stato approvato il piano generale che rispondeva alle richieste della società, ho avuto totale libertà d'espressione. Un'esperienza curiosa l'ho vissuta invece con la IBM di Vimercate. Il responsabile dell'ufficio di Parigi aveva fatto un giro orientativo per vari studi di architettura milanesi, prima di decidere a chi affidare l'incarico del progetto; durante queste visite poneva domande che, al momento, mi parvero molto strane, ma poi capii: riflettevano la mentalità americana da cui allora l'IBM italiana e quella francese erano fortemente influenzate: mi chiedevano ad esempio quanti dipendenti avessi o quanto guadagnavo all'anno. Alla fine fu deciso di assegnarmi l'incarico della progettazione, insieme con la V.R.C. Engineering. Redatto il plan-masse, con cui erano stati deter-

minati tutti gli spazi e le loro destinazioni, esso fu inviato in America e approvato. A questo punto il responsabile degli uffici di Parigi ci chiese di prevedere anche altri ambienti per l'addestramento degli operatori e, affinché non venisse cambiato il plan-masse già approvato, per un complesso reverenziale verso i dirigenti americani, pretendeva che questi nuovi locali venissero in qualche modo collocati nella mensa. Poiché trovavo assurda questa pretesa, diedi le dimissioni dall'incarico con una lettera piuttosto dura. Dopo qualche tempo ricevetti un invito a colazione dal presidente dell'IBM americana, di passaggio a Milano. La prima cosa che mi disse fu: "Io sono come Adriano Olivetti", per farmi capire che, come Olivetti, riconosceva l'importanza dell'architettura anche in un edificio industriale. Poi mi spiegò che c'era stato un equivoco da parte dell'ufficio francese, che avrebbe dovuto limitarsi a curare l'aspetto finanziario dell'operazione, senza entrare minimamente nelle scelte progettuali. Dietro sua richiesta, accettai di ritornare a occuparmi del progetto. Questa è stata certamente un'esperienza insolita, che però mi ha dimostrato come esistano ancora persone che credono nella serietà e nelle utilità del nostro lavoro di architetti.

A. U.:

Concludendo questo discorso, vorrei farti una domanda che rivolgo a coloro che hanno operato professionalmente per l'ambiente ufficio.

Ti senti di formulare una profezia su come sarà l'ufficio del futuro, sia in termini comportamentali che spaziali?

I. G.:

Vorrei iniziare a rispondere riacciandomi alla tavola rotonda alla quale abbiamo preso parte insieme, durante il corso per librai che ebbe luogo lo scorso anno a Venezia. Qualcuno disse che, in fondo, le librerie potrebbero anche essere abolite: basterebbero dei computers per dare informazioni, ricevere ordinazioni e poi i libri verrebbero consegnati direttamente a casa. Io credo che non potrei mai vivere in una società di questo tipo, in cui non esistessero più i luoghi di incontro collettivo. Anche nel lavoro. Naturalmente gli uffici del futuro dovranno avvalersi di tutte le possibilità offerte dalla tecnologia più avanzata ma anche la tecnologia più avanzata, l'informatica, non potrà mai sostituire l'inventiva che nasce anche dall'incontro diretto, dal contatto umano, dal dialogo

tra gli individui. Potrà sembrare paradossale, ma credo che le trasformazioni tecnologiche porteranno l'ufficio ad assomigliare molto più a un caffè, a un club, che a una centrale elettronica. Il computer, infatti, eliminerà gli aspetti ripetitivi del lavoro, renderà sempre più ampio il campo delle informazioni conoscitive e, appunto, per questo diventerà sempre più importante, un luogo accogliente e rilassante, dove incontrarsi, discutere, ragionare, confrontare le idee e prendere le decisioni fondamentali.

A. U.:

Vorrei ora parlare della tua esperienza più recente: il progetto per il teatro Carlo Felice di Genova.

Ti confesso che sono rimasto molto colpito del binomio che si era venuto a creare tra te e Aldo Rossi.

Gli edifici che hai concepito sono universalmente conosciuti perché sono costruiti e pubblicati sui libri e riviste di tutto il mondo; quelli realizzati da Aldo Rossi sono invece meno conosciuti perché finora la sua attività è stata soprattutto teorica e didattica: molti di noi hanno studiato sui suoi testi.

Non avrei mai pensato a un simile sodalizio: mi piacerebbe che tu me ne spiegassi il senso.

I. G.:

Il connubio è solo apparentemente strano.

Nel Movimento Moderno, dove sono stato in odore di eresia, ho seguito un filone particolare che ha sempre rivolto molta attenzione al luogo e alla memoria storica e che ha sempre considerato l'opera d'architettura non, o non solo, come fatto tecnico, ma come opera d'arte.

Per questo, credo, Aldo Rossi ha sempre riconosciuto in me un punto di riferimento, anche se poi il suo linguaggio è diverso. Io, d'altra parte, ho sempre nutrito molta stima per lui, per la sua intelligenza. Lo considero un vero architetto. Direi quindi che, per noi, si possa parlare non tanto di congenialità di forme, quanto di congenialità d'intenti, di comune amore per un'architettura capace di dare un'emozione poetica. Entrambi pensiamo poi che sia lecito riprendere forme e stili dell'architettura del passato integrandoli in un nuovo contesto. È ovvio che il progetto sarebbe stato, almeno in parte, diverso se ognuno di noi l'avesse fatto da solo o senza l'apporto di Reinhardt e degli altri collaboratori. Diverso, ma basato sulle stesse

motivazioni di fondo e sul nostro comune "sentimento" dell'architettura.

Credo che il prodotto della nostra collaborazione sia una degna opera di architettura, nonostante le polemiche violente, strumentali e scarsamente colte che ha suscitato.

A. U.:

Vorrei che tu sintetizzassi il senso del tuo nuovo progetto del Carlo Felice. In che cosa consisteva quell'esperienza; quali erano le premesse; quali le innovazioni introdotte dal vostro progetto?

I. G.:

La storia del Carlo Felice è, per me, quasi una storia di famiglia: mio bisnonno lavorava nello studio del Barabino quando questi stava progettando il Carlo Felice e credo anzi che ne abbia concepito il primo velario. Io stesso sono stato nella commissione del primo concorso, dopo la guerra, vinto da Chessa (il progetto, però, non venne mai realizzato). In seguito l'incarico passò a Carlo Scarpa, di cui ero intimo amico, che morì prima di poter ultimare il progetto. Avevo quindi sempre seguito la storia del Carlo Felice molto da vicino.

Dopo i bombardamenti bellici dell'antico teatro, il cui interno era andato completamente distrutto, erano rimasti in piedi solo i muri perimetrali della sala, il porticato e il pronao. Abbiamo ritenuto che la scelta più corretta fosse quella indicata da Scarpa.

Crediamo che, in molti casi, nei centri storici, un edificio, anche se demolito, debba essere ricostruito com'era, per conservare, come in piazza De Ferrari, l'architettura dell'ambiente. Faccio un esempio: se in piazza San Marco, a Venezia, crollano cinque campate delle Procuratie Vecchie, mi sembra giusto ricostruirle esattamente come erano, perché la loro ricostruzione, nel disegno generale della piazza, è più importante della "falsa verità" espressa da nuove forme. Così abbiamo deciso, con una scelta di cultura ma anche di cosciente modestia, di ricostruire il corpo di fabbrica che conteneva l'atrio e la sala così come era stato progettato dal Barabino, restando ancora più fedeli al progetto originario di quanto non lo fosse stato Scarpa.

La seconda scelta fondamentale riguardava il collegamento pedonale, richiesto dal bando e già previsto nel progetto Chessa, tra via Mazzini e piazza De Ferrari. Nel progetto di Scarpa questo collegamento era stato attuato con un sottopasso; noi invece abbiamo pensato di realizzarlo con una piazza coperta a livelli degradanti, in

modo che da via Mazzini si potesse vedere in trasparenza piazza De Ferrari e viceversa.

Dovemmo poi decidere se progettare un teatro all'italiana, con i palchetti, oppure un teatro a cavea. Seguendo, anche qui, il progetto di Scarpa, anche noi abbiamo preferito la seconda soluzione che, del resto, è oggi l'unica ammissibile per un teatro e una società del nostro tempo.

Quando avevo progettato il Teatro di Vicenza, lo avevo immaginato come una grande piazza nella quale la cavea degli spettatori era delimitata da una tenda che si apriva durante gli intervalli, riunendo in un unico spazio sala e ridotto. Anche per il Carlo Felice abbiamo pensato di realizzare una sala che fosse idealmente quasi "dentro le pareti" di una piazza genovese. Il contorno non è costituito da palchi ma si richiama con finestre, logge e balconi alle facciate dipinte dei palazzi genovesi, con la caratteristica policromia a fasce di colori alternati.

Nella ristrettezza dell'area a disposizione, un problema molto difficile consisteva nel trovare i grandi spazi per le complesse esigenze e attrezzature richieste da un teatro lirico moderno ed efficiente.

Un'ulteriore complicazione veniva dal fatto che, sotto il teatro, correvano due vecchie gallerie ferroviarie che dovevano essere conservate per il possibile utilizzo in una futura rete di trasporto metropolitano. Abbiamo risolto questo e altri problemi con una grande torre a base quadrata che si eleva in arretrato rispetto al corpo barabiniiano del teatro e alla piazza De Ferrari. La torre richiama il movimento ascendente tipico della città di Genova e risponde, nella semplicità dei suoi lineamenti, a quel carattere fortemente plastico e robusto dell'architettura genovese, di cui parlavo prima. Un alto e aggettante cornicione a modanature classiche conclude la torre; ad esso dà un particolare significato il fatto di essere previsto in metallo.

A. U.:

Se tu lo ritieni, a questo punto potresti rintuzzare le polemiche nate intorno a questo tuo progetto.

I. G.:

In un dibattito promosso dall'Ordine degli Architetti, dopo il giudizio delle giurie, al quale anche noi eravamo invitati e siamo intervenuti, sono state espresse osservazioni, critiche positive e negative, ma sempre su un piano civile e rimanendo nel campo dell'architettura e

della cultura. C'è poi stato, invece, un dibattito tra Bruno Zevi e Paolo Portoghesi, al quale noi siamo stati pregati di non partecipare; a quanto so, questo si è risolto in un demagogico show di Zevi.

Non parlo volentieri delle polemiche sul Carlo Felice, perché trovo che, in generale, denunciano un incredibile livello di rozzezza e di incultura.

Non basta qualificare come "brutto" o "tozzo" un progetto. Castel S. Angelo è tozzo o robusto? Ogni suo aspetto deve essere valutato in termini architettonici e in funzione del contesto in cui si pone.

Devo però dire che mi ha molto addolorato e indignato il tono della polemica di Zevi che credo sia stato, a sua insaputa, strumentalizzato per scopi oscuri. Ho sempre difeso Bruno Zevi contro chi lo definiva "Bruno tribuno" o contro chi lo accusava di malafede critica e di settarismo perché ho sempre ritenuto che le sue intemperanze e i suoi giudizi, anche se non li condividevo, fossero dettati da un autentico amore per l'architettura. Oggi devo ricredermi di fronte a una polemica non basata su argomentazioni critiche ma su un odio viscerale e su insinuazioni scandalistiche (che tra l'altro, conoscendomi, Zevi non avrebbe mai dovuto fare).

Oltretutto è abbastanza ridicolo pensare che una commissione di ben ventotto qualificate persone, di cui ventitré hanno votato a favore del nostro progetto, possa essere stata plagiata da soli tre membri. Ridicolo e insultante...per quei ventitré membri della commissione.

Alessandro Ubertazzi, *Trasmettere una emozione poetica*. Colloquio con Ignazio Gardella, in "Habitat Ufficio" n. 14, Alberto Greco, Milano, marzo-maggio 1985, pagg. 16-31.

Ignazio Gardella (Milano, 30 marzo 1905 - Oleggio, 15 marzo 1999) ingegnere, architetto e designer milanese deve essere considerato una figura fondamentale dell'architettura italiana del XX secolo. Nel periodo universitario è entrato in contatto con gli altri giovani protagonisti della scena milanese assieme ai quali prese parte attiva alla creazione del Movimento Moderno Italiano. La lunga attività professionale produsse un'enorme quantità di progetti e realizzazioni: tra i primi edifici si può ricordare il Dispensario Antitubercolare di Alessandria (1934-38) che è uno dei capolavori dell'architettura razionalista, le case Borsalino sempre ad Alessandria (1952), il progetto del nuovo Palazzo di Giustizia della Spezia e, nell'ultimo periodo della sua vita, la Facoltà di Architettura di Genova (1975-89).

L'attività di Gardella ha avuto un ruolo determinante anche nel campo del design, già dal 1947 quando ha fondato, insieme a Luigi Caccia Dominioni l'azienda Azucena, la prima che inaugurò la produzione italiana di design di qualità.

Numerosi i riconoscimenti ricevuti, tra i quali: il premio nazionale Olivetti per l'Architettura (1955), la Medaglia d'oro del Presidente della Repubblica ai benemeriti della Scuola, della Cultura e dell'Arte (1977), il Leone d'Oro alla carriera dalla Biennale di Venezia (1996), i titoli di membro onorario del RIBA (Royal Institute of British Architects), di membro dell'Accademia di San Luca e socio onorario dell'Accademia di Belle Arti di Brera.

**...è essenziale
essere
capaci di
trasmettere
un'emozione
poetica...**

Ignazio Gardella



Una tecnologia cólta per esprimersi in modo libero.

Intervista a Marco Zanuso

Alessandro Ubertazzi:

Prima di chiederle un commento alle sue opere desidero porle alcune domande di carattere generale sul "progetto". Della sua estesissima esperienza pratica si parla molto spesso: non altrettanto si può dire del pensiero che sottende il suo lavoro.

Una domanda che ricorre frequentemente nei ragionamenti di molti studenti che approdano al suo Corso alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano si può infatti così sintetizzare: esiste una "filosofia" zanusiana?

Marco Zanuso:

Nelle scuole di architettura italiane c'è una manifesta tendenza a privilegiare l'aspetto formale del progetto architettonico al punto di considerare l'immagine come qualità essenziale e definitiva dell'architettura.

Solo pochi anni fa, nei tempi della contestazione studentesca, si diceva che l'architettura fosse una semplice sovrastruttura e che il vero architetto era quello che si alleva nelle lotte contro la società ai diseredati privi dell'essenziale bene della casa. Se possono trovare giustificazione nei periodi storici tribolati, quali abbiamo traversato, questi radicalismi non possono aiutarci ad affrontare i problemi complessi che il sempre più accelerato sviluppo delle società industriali pongono a chi si occupa della didattica e della formazione di giovani che in futuro saranno coinvolti con diversi ruoli nella attività di progettisti.

E ciò anche in considerazione del fatto che, in quest'ultimo mezzo secolo, l'idea di progetto ha subito una grande evoluzione. Da strumento di intervento isolato nel tempo e nello spazio, il progetto (a tutte le scale), proprio perché profondamente inserito nel tessuto articolato delle attività industriali, viene assumendo sempre più il carattere di strumento finalizzato a stabilire relazioni complesse, a coordinare risorse e decisioni destinate a riflettersi sull'ambiente e sul tessuto sociale.

L'architetto (o, meglio, il progettista attivo a tutte le scale di intervento) non può essere illustratore o tribuno; la sua natura non può che essere quella di un costruttore, di chi, cioè, è in grado di tradurre in concreta realtà l'oggetto delineato in tutte le sue specificità, che

dovrà corrispondere nelle presentazioni ai bisogni per i quali è stato immaginato e concepito.

In altre parole, l'oggetto della progettazione è il risultato di una mediazione capillare e faticosa tra le risorse materiali disponibili e le prestazioni di conoscenza e sensibilità che si è capaci di gestire. Credo, inoltre, che il compito della didattica universitaria consista nell'aiutare il giovane a prendere coscienza dei fenomeni relativi alle sue scelte disciplinari, a conoscerne le relazioni complesse e a misurare e verificare, per quanto possibile, il proprio interesse e le proprie inclinazioni all'operare creativo.

Queste sono le ragioni per cui, nel nostro Corso, puntiamo sulla progettazione globale e operativa; non solo, ma cerchiamo, attraverso lo studio metodologico e l'analisi del processo progettuale, di fare emergere dalle conoscenze disciplinari quella particolare attitudine a gestirle a livello cibernetico, come peculiarità dell'atto progettuale. Dati i mezzi di cui si può disporre e la rilevanza numerica della popolazione studentesca il programma è ambizioso ma mi sembra abbia dato risultati positivi e interessanti sia a livello delle progettazioni "a breve", sia nello sviluppo di un rilevante numero di tesi di laurea. Come vedi, non si tratta di filosofia ma piuttosto di una pragmatica proposta didattica finalizzata alla formazione di giovani progettisti destinati a operare in una società industriale caratterizzata da forti impulsi innovativi.

A.U.:

Sarebbe interessante parlare un poco più in profondità della sua poetica e, quindi, non solo dell'esperienza che noi facciamo all'Università, ma anche del suo pensiero nell'attività progettuale quotidiana: da un lato questa attenzione per i processi produttivi, per l'industria, per la tecnologia e, dall'altro, questa innata tendenza al rispetto della natura e della natura stessa delle cose, degli oggetti.

M.Z.:

Tanto l'immagine di una architettura quanto quella di un oggetto nascono come ipotesi, quasi una volontà che non ha ancora trovato la sua forma. Cresce e matura insieme alla crescita e alla maturazione del progetto, al suo definirsi come materialità, alla sua capacità di relazionarsi al contesto destinato a riceverlo. Insomma, l'immagine non è un a priori ma l'integrazione di tutti i contenuti del progetto, nessuno escluso e senza prevaricazioni. Non so parlare di poetiche,

specie della mia; posso ricordare quello che secondo me è il senso e l'evoluzione di alcuni progetti.

È stato lo studio delle volte sottili per la copertura del complesso Olivetti di S. Paolo in Brasile che mi ha trascinato nello studio della sedia Lambda in lamiera di acciaio. Volevo disegnare una sedia monomaterica ma non sapevo quale sarebbe stata la sua forma. È stato forse il pilastro cilindrico a suggerirmi la gamba svuotata che mi avrebbe consentito la continuità delle linee generali della sedia, i raccordi, i passaggi dalle linee orizzontali alle verticali, la concentrazione del materiale nella concentrazione degli sforzi; non ricordo esattamente come è avvenuto ma è certo che l'immagine finale, che sembra ispirata a una forma vegetale, è cresciuta quasi da sola (probabilmente uno psicologo saprebbe spiegarti meglio di me come l'inconscio agisce in questi casi).

Per la seggiolina Kartell il processo è molto più cosciente; l'organicità del disegno del sedile e il suo raccordo con l'impianto modulare e la sua componibilità finalizzata al gioco; il trattamento della superficie scanalata e l'innesto delle gambe cilindriche sono regolate da rapporti dimensionali che vogliono raccordarsi alle proporzioni del bambino. Anche qui le condizioni imposte da un materiale nuovo a questi usi hanno costituito il tessuto connettivo della progettazione. L'immagine finale è molto caratterizzata, ma alla sua origine era intuita solo nelle sue linee più generali. La sua definizione è avvenuta per sovrapposizioni e solo alla fine ha restituito la sintesi sedile-gioco-bambino-componibilità.

Le case di vacanza di Sardegna e del Sud Africa esprimono una immagine architettonica strettamente radicata al suo impianto tipologico. Esprimono la monocentricità della casa familiare anche se in modo molto diverso: quelle di Sardegna sono protette dall'ambiente circostante aspro e ventoso con il muro continuo che le contiene; quella del Sud Africa lascia che lo sconfinato paesaggio esterno penetri nel patio centrale attraverso i lunghi corridoi e i porticati, via via sempre più densi di vegetazione fiorita nell'avvicinarsi al centro di vita della casa.

Casi particolari quelli dell'Algol e del Black: due apparecchi simili dal punto di vista della prestazione ma essenzialmente diversi come immagine. Il primo, di forma più organica, da mettere in qualsiasi angolo, anche sul tappeto, da usarsi nel soggiorno in modo informale, oggi si direbbe casuale; il secondo come oggetto protagonista surreale che cambia la sua immagine da scultura astratta a supporto

di altra immagine, dell'immagine trasmessa in un oggetto che ha bisogno di un palcoscenico.

Non solo per l'architettura, ma anche per gli oggetti esiste un genius loci: esso è solamente un genius loci più vasto, più probabile, meno identificato, più complesso.

A.U.:

L'anagrafe, come lei recentemente ha detto, le imporrebbe di concludere quest'anno l'Ordinariato all'Università, proprio mentre si fa sempre più ricco e stimolante il patrimonio di insegnamenti cui molti vorrebbero continuare ad attingere; io penso che sarebbe molto bello se lei potesse comunque tracciare un bilancio di questa sua esperienza, magari formulando una sua idea di Architettura. Ricordo di averle già sentito enunciare una sorta di messaggio da consegnare alle prossime generazioni di architetti sul concetto di "Movimento Moderno", quasi che fossimo alle soglie di un periodo nel quale si tratterà di verificare, con l'aiuto della tecnica, ciò che agli inizi si credeva solo possibile.

M.Z.:

Come mi hai sentito dire altre volte, la crisi del Movimento Moderno non è crisi di esaurimento ma crisi di crescita, crisi adolescenziale: per questo non meno complessa, intendiamoci.

Secondo me i contenuti profondi del M. M., come quelli del socialismo riformista cui esso era fortemente ispirato, proprio in questi anni stanno probabilmente scoprendo i modi di penetrazione nella società industriale: schematizzando molto, l'ingenuità dei fondatori del M. M. e dei suoi maestri è stata quella di pensare che l'architetto preposto alla organizzazione di buona parte del mondo fisico artificiale (vedi Morris) avrebbe potuto definitivamente influire positivamente sulle grandi trasformazioni che, a cavallo del secolo, si potevano prevedere come imminenti.

L'intuizione era esatta, ma la valutazione delle forze in gioco inadeguata e ingenua. Solo in tempi recenti si è cominciato a valutare il livello di complessità dei fenomeni di trasformazione determinato dalle rivoluzioni industriali che si sono susseguite in quest'ultimo mezzo secolo.

Sorprende il fatto che qualcuno pensi che la crisi del M. M. possa essere superata sperimentando ricerche sul linguaggio, l'immagine o la memoria; queste sono esercitazioni probabilmente utili per

l'arricchimento dei mezzi espressivi dell'oggetto e della architettura ma certamente inadeguate alla dimensione dei problemi. Non si può certo imputare all'International Style e quindi al M. M. il soffocamento delle città storiche, la crescita aberrante delle periferie e la distruzione del territorio o la profanazione del paesaggio perché proprio questi sono stati i temi posti (ma non risolti) dal M. M.

Si tratta di fenomeni che denunciano passività del corpo sociale che ancora non sa immaginare istituzioni adeguate al controllo della crescita economica e alla moltiplicazione dei bisogni individuali e collettivi. Talvolta sembra addirittura che non si tratti tanto di passività ma di disprezzo di quello che nella città storica e nel contado era stato il crescere e il diffondersi di armonici rapporti tra le trasformazioni della natura in campagna e la creazione degli agglomerati di scambio sociale, delle cascine, delle pievi, dei villaggi, delle città.

Mi viene in mente Adriano Olivetti quando raccoglieva attorno al tavolo alcuni amici di Comunità e illustrava la sua proposta politica: il suo riformismo era nato dall'amore per l'ambiente, dalla cura delle relazioni commisurabili, e quindi controllabili, tra individuo e collettività alla piccola scala dell'amministrazione decentrata dei piccoli comuni, delle frazioni...

Proposte rimaste inascoltate in un dibattito politico, allora tutto assorbito dall'urgenza della ricostruzione economica e della rifondazione della nuova democrazia dei partiti politici.

In altre parole, la crisi non riguarda le forme, l'espressione, l'immagine; è crisi politica, la crisi di una società che non sa trovare il modo di trasformare la propria crescita in sviluppo e quindi una crisi più ampia di quanto ci riguardi come architetti e progettisti; una crisi che in modo assai drammatico pone, tra gli altri, il problema della qualità della vita e della sopravvivenza dell'ambiente naturale e storico.

A.U.:

Quale impegno futuro per i giovani?

M.Z.:

Bisognerà sviluppare una politica culturale che abbia come obiettivo la creazione di sistemi e di istituzioni che siano in grado di promuovere, controllare e difendere la qualità dell'ambiente attraverso la spontanea partecipazione del singolo nell'interesse della collettività. Dico questo a costo di sembrare utopico e schematico ma mi sembra non ci siano altre vie.

Solo a queste condizioni sarà possibile progettare da costruttori e da progettisti moderni.

Con questo non si vuol negare l'esistenza di una immagine o addirittura di una teoria dell'Architettura; solo che queste rimangono teorie e immagini di Architetture. L'Architettura è un'altra cosa; l'Architettura è ineffabile, non descrivibile, non c'è nessuno dei cinque sensi che possa leggere o sentire direttamente l'Architettura.

L'Architettura è l'elaborazione dello spazio comprensibile e partecipabile solo dal suo interno. Nel suo farsi passa attraverso quella mediazione tra risorse e capacità di gestirle (sia a livello individuale che collettivo) che configura il mondo del comportamento, della materia, delle tecnologie, della ragione, della sensibilità, delle forme. Chi si occupa di Architettura non può uscire da questa griglia, pena l'esser fuori dall'attualità storica, elemento precipuo ed essenziale dell'attualità del progetto.

Voglio aggiungere che lo studio e la conoscenza approfondita delle tecnologie che riteniamo importanti (ma che qualcuno, anche fra i docenti, rifiuta come inutile distrazione dalla tensione "artistica") costituiscono la massima garanzia perché quella tensione possa esprimersi in modo libero e vitale: per questo mi hai sentito parlare tante volte di "tecnologia colta".

A.U.:

Mi sembra che la sua opera sia permeata da riferimenti culturali molto profondi e da una grande curiosità per il sapere umano accumulato nel tempo.

Peraltro, tutti coloro che la conoscono e che, per molti motivi, hanno avuto a che fare con lei hanno apprezzato la sua grande capacità di giungere immediatamente al nocciolo dei problemi. Ricordo infine che un giorno, a chi le poneva il quesito se architetti si nasca o si diventi, lei sornionamente rispose «Io sono nato nel...».

Questa capacità di sintesi in quale misura discende da un patrimonio filogenetico, da una vasta cultura, da una grande curiosità, da una fortunata esperienza di casi progettuali?

M.Z.:

Sono necessarie una buona sicurezza nel mestiere; molta attenzione al tema di progettazione che si deve affrontare; buona disponibilità ad ascoltare l'interlocutore; diffidenza dalle cosiddette "teorie" che talvolta nascondono pregiudizi e volontà di protagonismo.

Occorre soprattutto molta pazienza perché il processo progettuale è sempre più complesso e la complessità può essere riportata a risposte semplici e chiare solo attraverso un paziente lavoro di andare e venire di proposte e verifiche, proposte e verifiche, proposte e verifiche... L'immaginazione è fatta di immagini e azioni, immagini e azioni...

Tutte le volte che si affronta un tema di progettazione è come essere immersi in una sorta di avventura culturale. Un accendino, una fabbrica, una casa, una penna, un teatro, in Lombardia, in Sicilia, in Africa, in Sudamerica, al mare, in montagna: dietro a ognuno di questi temi c'è il fumatore di pipa o sigarette, gli operai, la famiglia, i figli, i genitori, lo scrittore o il consigliere delegato, il regista o il macchinista, gente di tutti i paesi con i loro paesaggi, le loro abitudini, conoscenze diverse fatte anche di libri letti e da leggere, ma soprattutto una grande quantità di vita, di opinioni, di simpatie, di incomprensioni... Tutto questo è una grande sorgente di cultura.

Insegnare ai poveri "Bantù" di Lydenburg la tessitura delle murature di basalto e la costruzione degli archi rampanti che non avevano mai visto: la loro capacità di apprendere e la loro sensibilità nell'uso del materiale costituiscono una esperienza culturale che supera di gran lunga la lettura di un qualsiasi libro sulle differenze o le supremazie razziali.

Il progetto IBM di S. Palomba è stato una grande occasione di approfondimento delle trasformazioni di innovazione tecnologica avanzata...

Anche qui come in Sudafrica la presenza di paesaggi del tutto eccezionali mi hanno rimandato allo studio della pittura di paesaggio dai luministi del Seicento fino agli impressionisti del XIX secolo.

A.U.:

I suoi non pochi detrattori hanno sempre enfatizzato l'aspetto sicuramente tecnico della sua professionalità, additandola come il più arrogante dei professionisti, quasi che lei costituisse la quintessenza del professionalismo (cioè l'aspetto più temibile del professionismo). A me sembra invece che, lette con il senno del poi, la gran parte delle sue opere, oltre a racchiudere un alto contenuto tecnico e un'alta capacità organizzativa del lavoro altrui, costituiscano la prova tangibile di un impegno costante nel far crescere la cultura del progetto. Mi piacerebbe che accennasse al tema assai dibattuto della condizione e dello sviluppo della nostra professione di architetti.

M.Z.:

Ai tempi della contestazione, l'accusa di professionismo era un atteggiamento patetico che voleva dire "Vieni con me e aiutami a fare la rivoluzione invece di occuparti di problemi che non contano più niente".

Ora tutti parlano di professionalità e allora si ritorna agli argomenti che abbiamo già trattato all'inizio di questa intervista.

Naturalmente auguro a tutti i giovani che studiano Architettura di diventare grandi architetti ma è necessario anche accettare realisticamente il fatto che questo mestiere si impara gradualmente, in tempi lunghi.

In Architettura non esiste l'enfant prodige. D'altra parte, la complessità del progetto e più ancora la complessità del processo progettuale operativo lasciano intravedere una idea di professionalità polimorfa che dovrebbe interessare i giovani perché possano programmare la loro vita di lavoro in tutte le sue gradualità e alternative. A fianco della funzione di leadership assunta dal progettista creativo che guiderà la progettazione, si vanno formando molti ruoli specialistici che potremmo definire come "professionalità specialistiche" sempre più necessarie alla soluzione di problemi particolari (finitura, componente, microambiente, servizi, ecc.).

Il progetto richiesto è oggi un documento completo di tutte le informazioni necessarie alla sua collocazione concreta e reale nel programma che lo contiene. Chi entra a far parte di un team di progettazione di ampio respiro è oggi tenuto ad avere, oltre che una professionalità specifica, anche la capacità di trasmetterla e adeguarla al progetto globale in cui viene inserita. In questo senso si potrebbe ribadire l'equazione già espressa: una buona professionalità è inversamente proporzionale a un velleitario protagonismo.

A.U.:

Durante una sua lezione, riprendendo considerazioni formulate più di cinquecento anni fa dal Filarete e riferendosi allo stato attuale dell'Architettura, lei espose il dubbio che oggi questa non avesse più un padre. Mi sembra che lei volesse accennare alla sempre maggior impreparazione del Committente a formulare le sue richieste progettuali.

M.Z.:

Anche qui viene chiamato in causa il padre; non si tratta più del

padre della contestazione che aveva tradito i figli, ma un padre che viene invocato dalla madre potenziale: l'architetto.

È il padre che deve porre il seme del progetto: il committente.

Lo stesso Filarete, autore dell'Ospedale Maggiore di Milano, sapeva bene che quella importante opera profondamente significativa e innovativa per la vita della Città era il risultato di una volontà politica e di una affinità culturale che si erano incontrate sul terreno concreto di una realtà civile. La storia rinascimentale è ricca di tali incontri e di simili episodi, ma anche quella dei comuni e delle signorie, dei papi, dei re, degli imperatori.

Ci sono ottime ragioni per non rimpiangere i tempi delle autocrazie ma ci sono egualmente ottime ragioni per constatare che le società democratiche hanno grandi difficoltà a esprimere committenze egualmente illuminate, indicazioni certe e sicure per i progetti destinati a interpretare bisogni e prospettive analoghi.

È uno degli aspetti della frattura (o quanto meno della difficoltà di rapporto e di raccordo) fra la cosiddetta "comunità civile" e la classe politica che essa sa esprimere attraverso le istituzioni che si è voluta e saputa dare.

Prova ne sono molti concorsi non sufficientemente approfonditi nella formulazione dei bandi e nella fatale modestia dei loro risultati; e questo vale sia per la committenza pubblica che per quella privata o semiprivata.

Il caso del Lingotto può insegnare e quello della Bicocca, ancora in fieri, probabilmente seguirà a ruota.

Il caso recente proposto nella nostra città del Passante Ferroviario, del Documento Direttore e dei Progetti d'Area, nonostante il livello ancora immaturo delle progettazioni finora conosciute, indica se non altro una metodologia di processo che tiene conto della complessità dei problemi e della necessità di seguirne l'evoluzione attraverso gradualità di approfondimento che potrebbero portare a un miglioramento dei risultati finali. Sarà interessante seguirne il dibattito relativo. In un processo come quello promosso dalle amministrazioni il dibattito è l'elemento essenziale della partecipazione: le istituzioni professionali e culturali e l'università di massa in particolare sono chiamate in prima persona ad esprimersi nel ruolo più vivace, critico e, se possibile, costruttivo.

A.U.:

Un altro tema ricorrente nella sua didattica è quello della "profes-

sionalità espropriata”: in questo senso il progettista oggi sarebbe espropriato del suo complesso e articolato sapere, alienato in mille competenze divise; in questo stesso senso l’artigiano sarebbe ancora uno dei pochi operatori superstiti in grado di riassumere la capacità di “concepire” e “realizzare”.

Secondo Lei chi siamo e dove stiamo andando?

M.Z.:

Data la complessità del progetto e del processo progettuale è evidente che il compito del progettista, considerato non solo come creativo ma anche come pilota (kubernés) di una operazione articolata su varie discipline, competenze e collaborazioni presenta maggiori difficoltà e rischi di “perdita di controllo” dell’operazione nella sua globalità. La sua formazione culturale e la sua preparazione professionale devono essere tali da consentire capacità e sicurezza nella scelta delle consulenze specializzate, ma soprattutto capacità di orientamento e guida nel lavoro di squadra al fine di ottenere la migliore e puntuale prestazione specializzata nello sviluppo del progetto. Il rischio di espropriazione progettuale sta invece in chi, troppo sicuro delle teorie e delle conseguenti immagini architettoniche, affida ad altri (specialisti) la soluzione, secondo le loro scelte, dei problemi cosiddetti “pratici”. In questo senso spesso in progetti non privi di qualità tipologiche o formali si avvertono tali carenze nella loro maturazione e realizzazione da comprometterne non tanto l’aspetto tecnico ma le capacità espressive dei loro contenuti di immagine.

Ti faccio un esempio: è come portare in regata una barca a vela: è necessario non solo tenere saldamente il timone, ma scegliere e conoscere bene l’equipaggio così da potergli chiedere, al momento opportuno, la prestazione necessaria secondo gli accordi concertati e in relazione alle capacità dei vari membri.

In mancanza della richiesta puntuale, l’intervento indiscriminato di un membro dell’equipaggio potrà disturbare l’assetto di navigazione e togliere al pilota il miglior rendimento nello stringere la bolina o doppiare la boa...

A.U.:

Fra le sue opere più recenti, ancora in fase di costruzione, c’è il leggendario Piccolo Teatro di Milano. Sappiamo che questo progetto affonda le sue radici in venticinque anni di collaborazione con un grande regista; una vita dedicata a capire il teatro cioè a capire i fon-

damenti stessi della realtà umana. Cosa rappresenta il progetto di un grande teatro per un architetto che ha progettato tutto?

M.Z.:

Non è vero che ho progettato tutto, avrei ancora molte cose che mi piacerebbe progettare o aver progettato (come per esempio un satellite, una città) ma certamente la lunga avventura del Piccolo Teatro è la storia archetipica del rapporto cui abbiamo già accennato tra committente e architetto.

Siamo a metà del nostro cammino e posso dire che il Teatro Fossati che sarà consegnato tra pochi giorni è il risultato dell’incontro per me fortunato (e spero anche per lui) con un uomo di teatro come Strehler che trasuda teatro da tutti i suoi pori e sa comunicarlo al suo interlocutore con grande passione emotiva e lucida competenza professionale.

A.U.:

Poiché questa rivista ha per oggetto l’ufficio e i temi del “terziario”, a maggior ragione a Lei, che ha concepito molti edifici per ufficio, desidero chiedere un racconto sulle principali esperienze e sui temi che potrebbero interessare gli operatori del settore.

M.Z.:

Stiamo vivendo un periodo, nel nostro Paese e nelle nostre città, in cui il terziario è di gran lunga protagonista tra gli “indotti” determinati dalla cosiddetta innovazione tecnologica.

Dai progetti del Sud Africa per Olivetti a quelli per IBM a Segrate e a Santa Palomba, a quelli per Edgars a Johannesburg o per Necchi a Pavia e poi ancora per Cariplo a Milano e a Novara e per la Banca Popolare di Bergamo a Milano (in esecuzione) l’esperienza è stata lunga, importante e sempre sollecitante. L’aver determinato, almeno in termini tipologici e ambientali, il luogo di lavoro di migliaia di persone, rimane nella storia del mio lavoro di progettista un importante segno autobiografico.

Quando ne ho la possibilità vado a rivisitarli e devo riconoscere che resistono bene al tempo nonostante abbiano ormai alle loro spalle vite abbastanza lunghe.

Nei complessi produttivi dove convivono secondario e terziario, le trasformazioni avvenute nel campo del lavoro hanno accentuato la tendenza a rendere sempre più compenetrati i due settori.



Marco Zanuso, *Poltrona Lady*
per Arflex, Milano, 1951.

Santa Palomba, che è l'ultimo complesso produttivo progettato e realizzato per IBM, è stato concepito come una struttura spaziale di base equipollente, dove possono essere ospitati apparati amministrativi e produttivi, magazzini e servizi a seconda delle diverse finiture, per diversi complementi e attrezzature di climatizzazione, di fornitura di energia, ecc.

Ciò consente di proporzionare e di adottare gli spazi di lavoro alle diverse esigenze e alla trasformazione in atto della popolazione ospitata.

Ne deriva anche una particolare atmosfera ambientale in cui i flussi produttivi e le isole amministrative si alternano senza soluzione di continuità.

Ciò è reso possibile anche dal fatto che il posto di lavoro va organizzandosi: il banco di produzione assomiglia sempre più alla vecchia scrivania e viceversa; nel generale processo di automazione e di informazione l'oggetto protagonista sta diventando sempre più la tastiera e il pannello di controllo.

A.U.:

Infine, se così si può definire, mi piacerebbe una sua "profezia" sul futuro dell'ufficio.

M.Z.:

Mi pare che la recente esperienza ci consente di superare la contraddizione comunicazione-privacy che è stato il problema posto, forse, in termini riduttivi in seguito agli esperimenti fatti negli ultimi anni di open space o di bürolandschaft.

L'adozione sempre più diffusa dei terminali e la crescente necessità di lavorare in squadra, specie a livello direzionale, pongono problemi nuovi: al centro di questi problemi non è più il posto di lavoro ma piuttosto l'operatore e il suo ruolo.

Ad esso non corrisponde più un solo posto di lavoro ma piuttosto spazi differenziati che consentono la sincronica esigenza di raccoglimento e di comunicazione.

Su questo tema ho avuto recentemente occasione di commentare con particolare interesse, sulla rivista Harvard Espansione, uno studio degli architetti Stone e Lucchetti dell'Accademia delle Scienze e delle Arti dell'Università di Harvard. Penso che in futuro ci sarà da sviluppare un lavoro interessante in questo campo tanto per i progettisti che per la produzione del settore.

A.U.:

Il periodo che stiamo vivendo sembra pervaso da un senso di attesa: forse che il progresso tecnologico stenti a produrre una specifica cultura adatta ad affrontare il futuro in modo appropriato?

M. Z.:

Non mi piace e mi preoccupa l'accentuarsi di una tendenza all'aveninismo, alla rinuncia. C'è troppa gente che si rivoltola nella nostalgia del passato, e c'è troppa gente che ha paura di rischiare il confronto con i temi, peraltro affascinanti, posti dalla trasformazione delle società industriali.

Si sente un gran bisogno di maggiore diffusione e arricchimento della cultura industriale, vista ancora da troppa gente come cultura delle fresatrici o dei circuiti elettronici.

C'è bisogno di una cultura che consenta di guardare alla scienza e alla tecnologia non solo come minaccia di annientamento o liberazione della fatica, ma come supporto della conoscenza, finalizzata al miglioramento delle condizioni di vita su questa terra troppo spesso sfruttata e avvilita da paesaggi artificiali che insultano e distruggono il paesaggio naturale.

Fin da oggi e per il prossimo e lontano futuro siamo tutti chiamati a una sfida definitiva tra la nostalgia che si alimenta di superbia e di paura e la speranza che è fatta di modestia e di coraggio.

Alessandro Ubertazzi, *Una tecnologia colta per esprimersi in modo libero*. Intervista a Marco Zanuso, in "Habitat Ufficio" n. 19, Alberto Greco, Milano, aprile 1986, pagg. 24-47.

~~Autografo sul Movimento Moderno~~

Monumento Moderno

(13)

Come hai sempre detto altre volte
la crisi del M.M. non è crisi di esaurimento
ma crisi di crescita crisi addecentrata -
in quanto non meno consapevole, ^{inquinata} ^{inquinata}
Probabilmente i contenuti profondi del
M.M. come quelli del socialismo riformista
con il M.M. era fortemente ispirato ^{secondo me}
proprio in 19. anni stanno rispondendo
i modi di penetrazione nella società
industriale: schematizzando molto,
e l'ingenuità dei fondatori del M.M. e
dei suoi maestri è stata quella di
pensare che l'architetto ^{che lavora in città} come quello che
gestisce la trasformazione del mondo
fisico artificiale (V. Mosè) avrebbe potuto
definitivamente influire positivamente
sulle grandi trasformazioni che ~~si~~
~~passano~~ ~~ad~~ ~~avere~~ ~~del~~ ~~modo~~ ~~che~~ ~~si~~
a cavallo del secolo si poterano
risolvere come imminente.

Marco Zanuso (Milano, 1916 - Milano, 2001) architetto, urbanista e designer milanese, è stato un attivo esponente della cultura progettuale nazionale e internazionale contribuendo al dibattito sul "Movimento Moderno" nell'architettura e nel design. Zanuso è stato uno dei primissimi ad interessarsi ai problemi dell'industrializzazione del prodotto e all'applicazione di nuovi materiali e tecnologie innovative agli oggetti di uso comune. Assieme a Rogers ha diretto la rivista Domus (nel 1946-47), è stato redattore di Casabella negli anni Cinquanta e nel 1956 è stato membro fondatore dell'ADI di cui diventerà presidente dal 1966 al 1969. Tra le architetture più significative: i complessi per Olivetti in sud America, lo stabilimento Necchi a Pavia e il nuovo Piccolo Teatro di Milano. Tra i progetti di design vanno menzionati quelli per Arflex, Brionvega, Borletti, Gavina, Bonacina, Kartell, Siemens. Diversi suoi pezzi sono presenti nella collezione di Design del Museum of Modern Art di New York.



Arte in ufficio.

Una situazione precaria e abbastanza misteriosa.

Colloquio con Lucio Del Pezzo

Alessandro Ubertazzi:

Uno dei motivi per i quali desideravo ci fosse un tuo intervento sul numero della rivista dedicato all'arte in ufficio è la notevole affinità tra la tua poetica e i temi dell'architettura. La tua indagine si trasforma in proposta di geometrie, di spazi che hanno sempre una logica intima e rigorosa come se tu avessi frequentato i temi dell'architettura e comunque li avessi assimilati, acquisiti.

Fra l'altro vorrei che dessi una tua definizione di "arte".

Lucio Del Pezzo:

Io penso che l'artista non sia la persona più adatta per definire l'arte: questo è un po' come un diario privato di sensazioni, un modo di concretare certe immagini del subconscio, della propria cultura e del mondo che ci circonda: una specie di catalizzatore di questioni culturali che si agitano attorno a noi.

A.U.:

È vero che dare una definizione di "arte" non compete specificamente all'artista, ma è anche vero che ad ognuno di noi compete di conoscere l'ambito nel quale ci si muove.

In realtà, a me interessa il tuo punto di vista sulla tua arte, cioè come ti poni tu nei confronti dell'arte.

L.D.P.:

Io penso che l'artista sia immerso in un magma di cose, di cultura, di sensazioni che sono parte del suo mondo e anche parallele a esso: tuttavia è una problematica che gli sfugge e, per questo, alcuni critici condensano le questioni mettendo l'accento solo su alcune di esse e fornendo anche delle interpretazioni in base a una certa condizione filosofica. Ho sempre l'impressione che l'artista, immerso in questo fluido di stimoli, difficilmente può guardarli criticamente.

Noi siamo un po' come dei medium che colgono delle sensazioni e cercano di esprimerle attraverso un substrato di cultura, di certezze. Si tratta sempre di una tematica precaria e abbastanza enigmatica. Io ho l'impressione che l'arte rimanga qualcosa di difficilmente definibile e, per questo, affascinante proprio perché in essa resta un

marginale di mistero e di sconosciuto.

A.U.:

Mi piacerebbe che tu parlassi dell'iter formativo della tua poetica: come nasce Lucio Del Pezzo, da che studi, da che problematiche, da che rapporti e contatti, da che cultura.

L.D.P.:

Di formazione sono agrimensore. Questa professione mi ha portato a occuparmi della misurazione e della progettazione, anche se in forma un po' primitiva, di spazi. Essa mi ha portato all'interesse, sia pure superficiale, per le questioni dell'architettura, per un certo mondo di precisione, di cifre.

Sono un autodidatta: come topografo ho lavorato nella misura, nello spazio e nelle geometrie. Successivamente la mia formazione artistica è stata piuttosto autonoma e si è svolta vicino ad amici che studiavano architettura e che mi avevano quasi convinto a fare altrettanto. Poi sono approdato all'arte ma, in fondo, lavoravo già come pittore, autonomamente. Forse proprio per il fatto di essere autodidatta mi è rimasto un certo gusto per altre discipline.

Il fatto di conservare certe aspirazioni all'architettura, al disegno preciso e attento a certi problemi di spazio deriva sicuramente dal non aver avuto, all'inizio, una formazione specificamente legata alla pittura. Ho avuto una formazione basata sostanzialmente su mostre, libri e viaggi anche se ho studiato all'Accademia di Belle Arti.

Ho avuto certi contatti al Nord con la cultura tedesca, col Bauhaus, con certe avanguardie russe degli anni Venti: questi ambiti culturali si basavano sulla non-figurazione e contenevano un forte parallelismo con le ricerche architettoniche.

Ho molti amici architetti e ho collaborato a diversi progetti. C'è un feeling tra il mio lavoro e quello dell'architetto: negli ultimi anni ho realizzato molte sculture in cui questa condizione risulta evidente.

A.U.:

Vorrei che tu parlassi ancora dei contatti che hai avuto: prima di tutto la tua formazione a Napoli, città molto ricca di fermenti culturali che sempre si è dimostrata propensa alla discussione.

Mi pare che la tua formazione avvenga negli anni dell'immediato dopoguerra, quando erano in atto grandi trasformazioni.

L.D.P.:

In quel momento che tu ricordi c'era una sorta di fronda: gruppi di giovani si agitavano intorno alle idee più attuali che contrastavano con quelle tradizionali, romantiche, decadenti e figurative.

In Italia, il salto culturale fra gli anni '20 e gli anni '50 è stato abissale; è passata una quantità di fenomeni che noi non abbiamo potuto digerire proprio per il gap rappresentato dal Fascismo. Esempio è il cosiddetto "Novecento italiano" che ha ignorato o ridotto tutti i problemi dell'arte rivoluzionaria, dal Dada alle ultime tendenze astratte del Bauhaus.

Noi ci siamo resi conto soprattutto attraverso i libri che quello che si faceva in Italia (anche le avanguardie come i pittori post-cubisti o quelli timidamente astrattisti o i post-picassiani) erano tentativi un po' maldestri di colmare quel vuoto. Ci siamo agganciati in modo naïf al Dada e al surrealismo e un po' alle prime avanguardie italiane: il futurismo, la pittura metafisica, poi i rudimenti russi dal '14 al '18, poi il Bauhaus.

Abbiamo cercato di compendiare tutte queste culture e di riassumerle velocemente, in qualche modo: non solo grazie alle ricerche dei giovani ma anche di artisti di generazioni precedenti alla nostra che ci sono serviti da maestri.

All'Accademia di Belle Arti avevo due insegnanti che erano stati "al Nord" e avevano studiato all'Istituto Statale d'Arte di Monza dov'erano passati alcuni artisti tedeschi che avevano portato certi fermenti dell'epoca del Bauhaus: erano più preparati e avevano una cognizione più larga di quanto succedeva nella pittura e nell'arte in generale del dopoguerra: certe figurazioni americane, l'astrazione gestuale, le grandi dimensioni, i nuovi materiali. Ci si vedeva tra compagni, ci si scambiavano quadri e idee e così si sviluppava il fermento che succede abitualmente a fasi particolarmente chiuse.

Oggi abbiamo perduto l'entusiasmo e la necessità di vedere quelle cose.

Per uscire dalla provincia sono venuto a stare a Milano. Siccome allora anche Milano mi era sembrata piuttosto provinciale, ho deciso di andare a Parigi perché, in armonia con la mia formazione culturale, trovavo quella città molto più legata alle avanguardie storiche e la dimensione era molto più europea.

Negli anni Trenta c'era stato un flusso culturale dall'Europa verso l'America che poi è tornato indietro: noi avevamo l'idea di stare nel cuore della vecchia Europa che consideravamo il centro del mon-

do. Tutti siamo poi andati negli Stati Uniti, ma per curiosità, per un viaggio. Io ho sempre avuto la coscienza precisa che l'Europa fosse il posto nel quale dovevo stare, anche per contrastare certe invadenze culturali che arrivano da oltreoceano, come ad esempio la Pop-Art. Tutti gridavano al miracolo perché era arrivata dagli Stati Uniti; invece la Pop-Art è nata in Inghilterra. Ci sono degli artisti inglesi che hanno fatto delle cose strepitose e ancora oggi misconosciute, messe da parte.

A.U.:

A tutti è capitato di aspettare l'incontro con un professionista in una certa anticamera o di recarsi presso un ufficio pubblico dovendo attendere in un corridoio o in un atrio. A tutti è capitato di spendere del tempo nelle pertinenze di un luogo di lavoro e di essere messi a contatto in modo più o meno consapevole con temi d'arte o comunque con realtà destinate a "distrarci" o a "occuparci" per qualche istante e, nel contempo, a fornirci testimonianze delle qualità del nostro interlocutore.

Volevo conoscere il tuo punto di vista sull'attesa, sul perché e sul come dovrebbe essere qualificata da messaggi d'arte. Quali sono oggi le situazioni tipiche e cosa si dovrebbe fare.

L.D.P.:

Io penso che, alla base della antica abitudine di trasformare un momento di attesa in occasione d'arte, si ponga sempre una questione di cultura e di qualità.

Se un'organizzazione, un gruppo, una grande impresa ha una certa preparazione culturale di base, tutto questo risulta evidente attraverso gli spazi in cui quest'azienda manifesta il proprio volto. L'incarico di dare una immagine a quest'impresa viene affidato a una persona specifica: oggi questa abitudine si va diffondendo ma molte aziende importanti trascurano ancora questa opportunità. Non è sempre semplice fondare l'immagine di un ambiente.

A.U.:

Un altro argomento che concerne l'arte negli spazi di lavoro si può identificare nella tradizione espressa prevalentemente dai professionisti e dai dirigenti (in funzione del loro status) che espongono opere nel loro ufficio.

Mi sembra che da sempre il professionista attento e consapevole si

sia circondato di messaggi d'arte che intendono implicitamente corrispondere alla sua visione del mondo e delle cose, alla sua cultura. L'esperienza quotidiana ci porta poi a pensare che gli esempi positivi siano pochi quasi quanto poche sono le persone affascinanti; di norma negli uffici si trovano stampe, riproduzioni di stampe, banalità.

L.D.P.:

È una questione di mancanza di cultura e di indifferenza al problema. Molto spesso il luogo di lavoro è ritenuto inadatto a ospitare oggetti di valore e belli. Ricordo che i corridoi delle scuole dove studiavo erano tetri e volutamente tristi: sembrava quasi che il luogo del lavoro dovesse corrispondere a un ambiente opaco e impersonale: un po' come se andare al lavoro fosse una condanna. Ritengo invece che l'ambiente di lavoro debba cercare di essere piacevole: manca una formazione di fondo soprattutto a livello individuale. Oggi molte aziende hanno compreso la necessità di promuoversi culturalmente: regalare libri d'arte piuttosto che bottiglie di vino mi sembra il sintomo di un cambiamento di mentalità.

A.U.:

È giusto, come tu fai, riportare il problema a quello più ampio della cultura personale e collettiva: il tuo secondo mestiere, quello di professore alla Accademia, ti rende più sensibile a questi aspetti.

Visto che esistono luoghi preferenziali dove già oggi l'arte si affaccia timidamente, almeno come esigenza, secondo livelli più o meno positivi, cosa bisognerebbe fare per introdurla meglio in ufficio?

Se un committente ti desse l'incarico di intervenire in un luogo dove si pongono ambedue i problemi, quello dell'attesa e quello degli ambienti dirigenziali, come ti comporteresti?

L.D.P.:

Io comincerei a studiare la questione della base culturale dell'ente o della impresa per stabilire come avvicinarsi al mondo di quel lavoro. L'approccio dovrebbe partire dalla designazione di un art director in grado di definire le linee artistiche che interessano all'azienda; poi l'artista si può avvicinare a questi temi con certe sue suggestioni. Sono pochi i casi di aziende capaci di circondarsi di persone di valore che si occupano dell'immagine, dell'architettura e dell'arredamento dello stabilimento. Da questo "brodo culturale" nascono inevitabilmente iniziative di un certo livello ma è molto più frequente il caso in

cui tutto avviene casualmente.

Ricordo ad esempio che, alcuni anni fa, la Banca Commerciale amava circondarsi di cose belle e frequentare l'ambiente artistico dell'epoca. Acquistava cose a titolo personale, e questo suo gusto si rifletteva sull'immagine della istituzione.

Alcuni anni dopo, quando già si parlava delle iniziative culturali delle banche, di studi sulle quotazioni dei quadri, la Banca Commerciale ebbe un altro direttore illuminato che riprese il discorso in termini più attuali, con artisti giovani, inquadrando gli acquisti in un'ottica di investimento. Siccome quella banca ha molte sedi e distaccamenti, pensò di creare delle vere e proprie collezioni: per esempio l'Informale dagli anni Quaranta ai Settanta.

Quel direttore è stato molto previdente e si era rivolto a un gallerista (con il quale io stesso collaboro) perché gli procurasse queste opere. Egli investiva una quota dei capitali della banca comprando un paio di quadri per ogni artista che aveva dimostrato un certo impegno. Questi atteggiamenti nascono per caso ma tutto si riflette positivamente sull'immagine dell'azienda. Ci sono banche che organizzano mostre e, anche se si tratta di iniziative casuali, danno vita a progetti interessanti: recentemente ho decorato l'ingresso di un istituto di credito che, poi, mi ha chiesto di concepire delle stampe da regalare ai propri clienti.

A.U.:

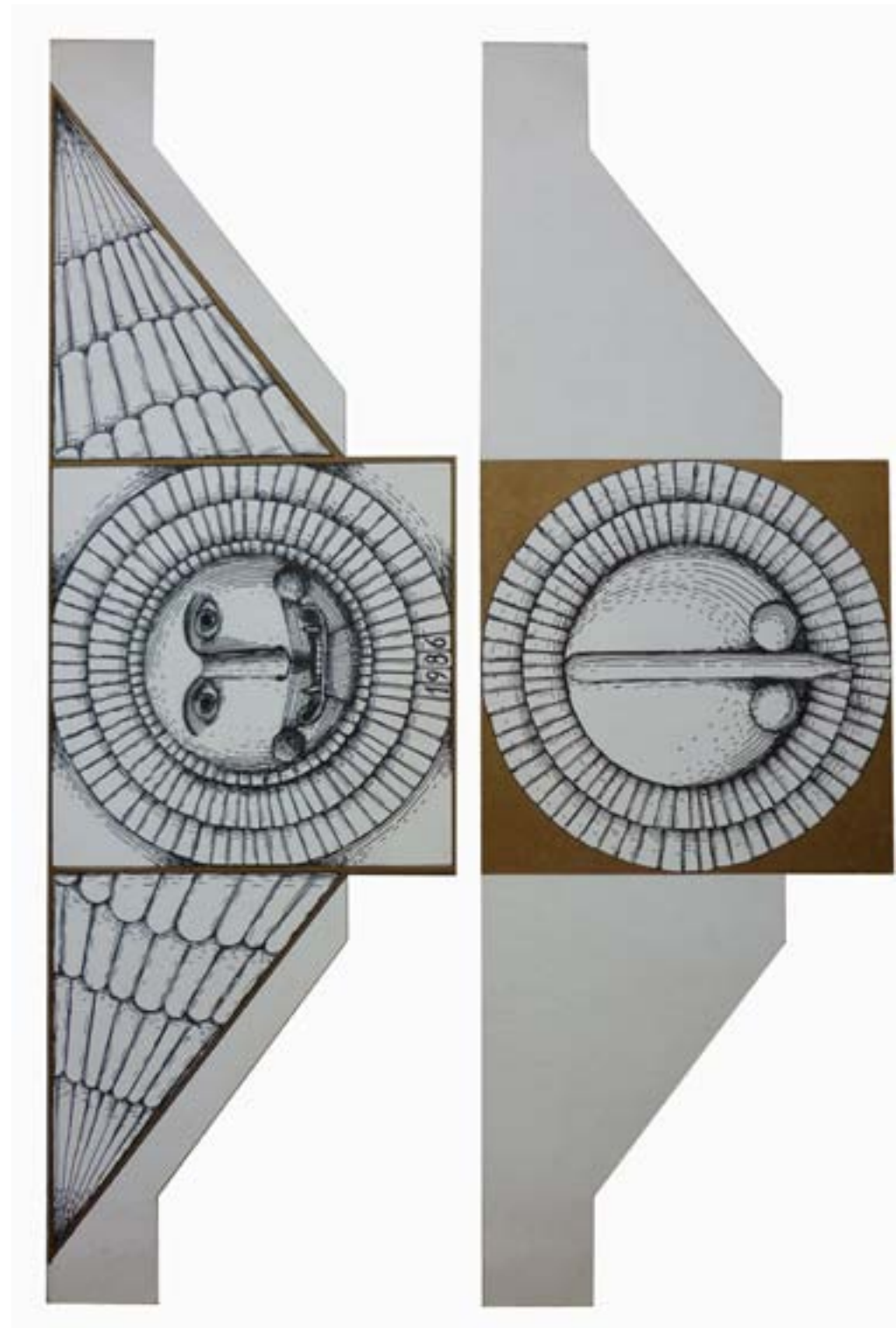
Ti vedo piuttosto ottimista sulla situazione...

L.D.P.:

Si, è vero che è tutto casuale ma la situazione è preferibile alla piattezza e all'ignoranza. Forse le banche hanno maggiori disponibilità economiche: sta di fatto che proprio loro dimostrano questo tipo di sensibilità.

A.U.:

Poco tempo fa ho avuto il piacere di coinvolgerti in una singolare esperienza didattica, nata quasi per gioco, nella quale tuttavia credevo molto. Tu dovevi testimoniare un ruolo d'artista in seno a un processo progettuale complesso ipotizzato per la tesi di laurea di alcune mie studentesse del Corso di Disegno Industriale. Il progetto riguardava un particolare ponte che voleva sostituire quello attuale sul Canal Grande di Venezia, all'Accademia: con quella occasione



Lucio Del Pezzo, *Leone di San Marco* (le due chiavi di volta rispettivamente raffiguranti la testa e il posteriore del leone), Milano, 1986. (collezione privata)

cercavo una assoluta verosimiglianza di fattibilità con l'aiuto di contributi disciplinari tecnici altamente specializzati attenti nell'ambito di differenti insegnamenti superiori.

In quella circostanza ti avevo chiesto di concepire un messaggio d'arte nelle forme tradizionali caratteristiche di un progetto di architettura.

È difficile immaginare un ponte sul Canal Grande che non porti, oltre a un messaggio architettonico, anche un profondo messaggio d'arte. Quello che sembrava un gioco intellettuale, in realtà doveva esemplificare il metodo, molto corretto ma raramente seguito ai nostri giorni, di integrare, distinguendoli, i campi di intervento dei vari operatori: si trattava di simulare una auspicabile sinergia di competenze creative.

In realtà, l'istanza formulata da Zanuso che le "chiavi di volta" dovevano rappresentare il Leone di S. Marco mi aveva spinto a chiedere il tuo intervento sia come artista che come docente affinché l'esperienza fosse ancor più significativa sul piano scientifico.

Inutile ricordare che, comunque, la scelta era caduta su di te non solo perché amico ma soprattutto per la tua propensione all'essenziale, alla geometria, alla simbolicità delle forme e, in breve, per la dimostrata congruenza della tua cultura espressiva con quella del progetto.

Vorrei che tu mi parlassi del tuo leone di S. Marco, del messaggio d'arte che questo ponte voleva riproporre.

L.D.P.:

La collaborazione tra un architetto e uno scultore si riduce spesso a interventi limitati. Peraltro io non credo a certi mega-progetti in cui si fanno delle strutture enormi con interventi stravaganti.

Questo mio feeling con l'architettura, questo mio vago amore per l'essenziale e lo spazio mi portano a pensare che l'intervento di un pittore o di uno scultore debba essere il più semplice possibile, come pure l'architettura.

Ricordo una frase di Mies van der Rohe: «Il più è il meno». Quando una cosa è essenziale, se si riesce a stringerla, a renderla minimale, manifesta il massimo della sua pienezza espressiva. La scelta dei materiali è importante, così come lo studio degli spazi. Un ponte è e deve essere una struttura semplice e spoglia: spesso è più un'opera di ingegneria che di architettura.

Mi è piaciuto che le tre ragazze abbiano risolto il ponte in termini

così semplici. Qualunque intervento plastico sovrabbondante sarebbe stato inadeguato. Bisognava concentrare la questione in un punto focale come la chiave di volta e affidare al messaggio artistico il compito di simboleggiare la natura peculiare di Venezia: il tondo inscritto nel cubo è diventato la testa del leone; le ali sono state disposte negli spazi laterali per l'incastro della "chiave".

A.U.:

In effetti si tratta di una particolare chiave di volta che corrisponde ai ritmi del ponte fondati sulla modulazione secondo sequenze di concetti piuttosto serrate adattissime ad accogliere le due ali del leone.

L.D.P.:

Io penso sempre al passato che ci ha dato esempi di architettura in cui alla sommità dell'edificio o al colmo dell'arco, c'erano delle figure, delle sculture. La figura racchiusa nella chiave deve essere una presenza importante ma non preponderante, come una sottolineatura discreta che rifugge dal primato della visione.

Nell'architettura romana (archi di trionfo, colonne) e nell'architettura egiziana c'è una grande abbondanza di decorazioni ma sempre sottese dall'apparato architettonico, non gridano troppo.

Quel mio intervento vorrebbe quasi essere di difficile lettura.

A.U.:

Rivedendo il tuo disegno sono colpito dalla sua particolare efficacia e dal fatto che il leone, visto in tutte le salse attraverso i secoli, assume un impianto rivoluzionariamente nuovo: si tratta di un leone alato e al tempo stesso di un leone-sole. Come hai lavorato intorno a questo tema che mantiene qualche aspetto figurativo nonostante la tua esperienza tendenzialmente astratta e semplificante?

L.D.P.:

Assumendo in sé una serie di qualità come la forza e la generosità, il leone è considerato il monarca del mondo sub-umano e simboleggia molte delle cose che l'uomo non può fare.

Il leone è l'animale più usato nella mitologia e il parallelismo con il sole, che è l'astro principale, si forma spontaneamente.

Io amo l'iconografia tradizionale dove queste cose risultano evidenti. Dal punto di vista formale e iconografico mi interessava come il tema era stato svolto nel tempo da certe culture non europee come

quelle cinese ed egiziana: gli animali venivano stilizzati come da noi nell'alto medioevo. Queste figurazioni hanno le connotazioni dell'animale reale ma sono anche delle astrazioni, delle maschere, come negli antichi bestiari europei.

Alessandro Ubertazzi, *Arte in ufficio. Una situazione precaria e abbastanza misteriosa*. Colloquio con Lucio Del Pezzo, in "Habitat Ufficio" n. 24, Alberto Greco, Milano, febbraio-marzo 1987, pagg. 34-41.

Lucio Del Pezzo, artista, pittore e scultore italiano, ha fondato nel 1958, assieme a Mario Colucci (già aderente alla pittura nucleare), Bruno Di Bello, Sergio Fergola, Luigi Castellano, Mario Persico e Franco Palumbo, il Gruppo 58, d'impostazione neosurrealista e neodadaista e ha collaborato alla rivista Documento Sud. Le sue opere del periodo 1958-1960 proponevano assemblaggi di vari oggetti, tra cui frammenti di stampe e immagini popolari.

Nel 1960 si è trasferito a Parigi, poi a Milano, dove gli sono state dedicate diverse mostre monografiche. A partire dal 1962 Del Pezzo ha realizzato un suo tipico repertorio di "quadri" o "sculture", formati da pannelli geometrici monocromi, sui quali sono inserite mensole o scavate concavità, che sostengono oggetti geometrici regolari a volte molto colorati. Nelle sue pitture-oggetto e nei suoi *assemblages* è sempre presente l'aspetto ludico. Per il tono ironico e per l'utilizzo di oggetti d'uso quotidiano decontestualizzati, tali opere rimandano alla Pop Art ma si riscontra un evidente recupero di De Chirico, Carrà e Morandi e delle geometrie della pittura metafisica.



Arte in ufficio.

Un racconto imprevedibile in cui lo spazio è protagonista.

Colloquio con Giuseppe Marinelli

Alessandro Ubertazzi:

Il tuo contributo su questo tema mi interessa perché vivi il problema dell'arte sia come architetto che come artista e soprattutto perché tu crei ponendoti il problema dello spazio.

Per iniziare vorrei comunque chiederti una tua definizione dell'arte, oggi.

Giuseppe Marinelli:

Alcuni, oggi, sostengono che non esiste più alcuna forma d'arte. Non è un atteggiamento nuovo: basta pensare alle avanguardie storiche che, nonostante ci abbiano dato buona parte del patrimonio artistico di cui oggi noi fruiamo, promuovevano le più drastiche teorie sulla morte dell'arte.

Al di là di qualsiasi polemica, io definirei l'arte come una percezione che ferisce, un gioco rischioso e serio che, pur facendo parte della nostra quotidianità, mantiene sempre qualche cosa di sacro.

Riguarda tutti, tutti vi si riconoscono. È qualcosa che si può vivere, rivivere, o far vivere ad altri.

Potremmo dire che l'arte è un surplus, anche se oggi esiste anche un "utilizzo" dell'arte; siamo quasi riusciti a farla entrare in un apparato produttivo. Ma l'arte è al di là di tutto questo: è metafora, racconto simbolico, pone il problema dell'"altrove" e, nello stesso tempo, rappresenta se stessa.

Hai accennato a un legame tra architettura e arte e immediatamente mi viene da pensare a Le Corbusier: ogni suo lavoro era un pretesto, era rappresentazione di un suo discorso sull'architettura. Le sue opere sono sempre metaforiche, sono un racconto fatto di spazi, basato sulla ombra e le luci, i vuoti e i pieni. Così l'arte si propone a diverse letture; tutti i parametri architettonici sono misurabili scientificamente, eppure c'è qualcosa in più, che è il rischio, il gioco.

Io non credo in un'operazione artistica che sia meccanica e neutrale, che discenda direttamente da una vivisezione scientifica.

Con questo, naturalmente, non voglio negare l'importanza del rigore nell'opera artistica, che anzi ritengo assolutamente necessario.

A.U.:

Vorrei che tu mi parlassi ora degli effetti dell'arte sull'uomo. Che cosa sente l'artista quando consegna al mondo la sua opera, oppure quando decide di lasciarla nel buio di un cassetto. Lo chiedo a te che hai vissuto la dicotomia tra il puro gioco degli spazi e la problematica dell'artista che deve portare alla luce contenuti umani profondi, sintesi di un mondo immaginario collettivo ma anche di un suo superamento.

G.M.:

Vedi, noi, come architetti, siamo abituati a dare risposte e l'obiettivo di queste risposte è il raggiungimento di una certa qualità dell'ambiente e della vita. La nostra professione non è dunque un territorio selvaggio su cui galoppare narcisisticamente.

A.U.:

O almeno non lo dovrebbe essere.

G.M.:

Il momento artistico, invece, pone continuamente nuove problematiche e richiede una grande umiltà e un grandissimo amore. Bisogna credere nella propria intuizione e nel rigore della propria ricerca. Bisogna sapere che ogni segno è figlio di altri segni e non nasce mai da niente. Tutti abbiamo un albero genealogico che dobbiamo rispettare e amare. Per quanto riguarda la mia esperienza personale, quando presento i miei lavori sono sempre spinto da una grande carica di comunicazione; non penso che la mia opera appartenga solo a me, ma a tutti. Con la mia opera parlo di me e della mia vita, ed è lei che parla per me. C'è sempre un po' di paura; spesso temo quasi che non riesca a comunicare da sola.

A.U.:

L'arte è quindi una ricerca di contenuti profondi espressi attraverso una poetica. Vuoi parlarne?

G.M.:

La mia poetica nasce da un momento di coraggio, o forse di inconscienza; nasce da una ricerca nell'archivio della memoria per ritrova-

re dimensioni e percezioni infantili.

Ricordavo le luci che, da bambino, vedevo stando nel mio letto. Anche quelle luci che venivano dalla strada avevano una loro logica. Dall'altro lato nella mia poetica è entrato l'amore per l'astrattismo, di cui credo d'aver recepito la dimensione morale. C'è stato insomma un conflitto e un dialogo tra il mio mondo privato e quel mondo morale in cui credo.

Amando e facendo propria una certa poetica, si cerca di renderla un racconto strutturale, quasi un archetipo.

Mi chiedevo, quasi in un racconto giallo che durava pochi istanti, da dove arrivavano quelle luci, quelle ombre, quei colori. Oggi, attraverso le mie opere, voglio proporre proprio questo: l'irruzione sulla scena del reale di un racconto imprevedibile, ma comprensibile, in cui protagonista è lo spazio.

A.U.:

Vedendo i tuoi lavori, oltre ai punti di riferimento che hai elencato, direi che anche l'architettura è un referente fondamentale.

G.M.:

Certo, del mio lavoro è stato detto più volte che poteva essere fatto solo da un architetto.

Il mio referente e il mio obiettivo principale resta infatti l'architettura.

Si è detto più volte che siamo alla fine di un millennio: credo che l'architettura sia chiamata più di ogni altra disciplina a rispondere dei connotati simbolici del millennio che abbiamo vissuto. In un lampo essa dà tutte le informazioni fondamentali sulla società che l'ha realizzata. È un grande medium dove segno e comportamento coincidono.

Io sono architetto e lavoro nel tridimensionale e la mia opera è anche una ricerca architettonica, una ricerca di spazio e di luce.

Lo spazio è già un'operazione metaforica, arricchita dalla luce.

A.U.:

Credo che tu abbia espresso perfettamente la tua poetica.

Ora ti chiedo di parlarmi del posto di lavoro, la cui storia è in continua evoluzione. Mi interessa sapere come vedi l'ufficio oggi, per poi conoscere il tuo pensiero sull'arte in ufficio.

Tutti noi abbiamo visto, alle pareti degli uffici di professionisti e diri-

genti, opere artistiche inerenti alla loro attività o che volevano semplicemente ricordare la loro potenza o la loro autorità. Come vedi queste “forme artistiche”, sia come architetto che come artista?

G.M.:

Nel luogo dove viene esplicata un certo tipo di attività, sia privata che pubblica, il titolare esprime attraverso alcuni simboli il proprio ruolo e la propria immagine. Un'immagine che, d'altra parte, si evidenzia anche attraverso l'architettura e l'arredamento dell'ufficio. L'arte parte sempre dallo spazio in cui vive, nella sua globalità. Perché, allora, non usare anche l'arte dell'ufficio in questa direzione, facendo in modo che la sala d'aspetto, sia parte di un luogo architettonico integrato in una globalità di spazi? Troppo spesso l'arte in ufficio si limita ad essere qualche quadro attaccato alle pareti o al massimo una scultura nella sala d'attesa. Certo l'architettura moderna ha sensibilizzato l'opinione pubblica di fronte a certi problemi; ha insegnato a mettere le luci in un certo modo e ha proposto nuovi colori, ma tutto questo non è sufficiente.

A.U.:

Vorrei che tu accennassi alla dicotomia che esiste tra l'ufficio del dirigente (in cui l'arte viene piegata per confermare lo status di chi lo occupa) e la sala d'attesa in cui spesso il visitatore viene accolto con messaggi di pseudointelligenza o di pseudocultura.

G.M.:

Credo che questi luoghi vogliano soprattutto esprimere un certo qualunquismo tranquillizzante, per cui le poltroncine di sky (n.d.r.: finta pelle) si devono per forza accompagnare a quadri raffiguranti cittadine dell'Umbria o fanciulle che portano brocche d'acqua. Nei casi più evoluti compare qualche quadro astratto, magari nascosto in un angolo. Una delle cose che mi colpisce di più è comunque il tipo d'illuminazione delle sale d'attesa: un'illuminazione che è fantasma di qualcosa che è già fantasma di per se stesso e quindi rende più qualunquista, neutro e non significativa, ciò che è già qualunquista, neutro e non significativa. Il risultato è lo squallore dell'ambiente, una sorta di terreno di nessuno. Il tempo che potrebbe essere utilizzato in modo suggestivo e creativo, in realtà, resta vuoto. Lo spazio potrebbe inve-

ce essere solare, plastico; lo scultore e il pittore potrebbero lavorare in una dimensione comune perché lo spazio possa diventare integrato, quasi scenografico. In questo modo si farebbe un grande regalo al cliente: quello di portarlo in una dimensione estraniata ma artistica. Negli uffici della RAI o delle grandi società, le cose migliorano un po'; c'è una maggiore attenzione all'immagine; subentrano problemi che riguardano soprattutto il prestigio, ma spesso non ci si muove nella direzione giusta. È comunque nello studio del professionista e, in particolare, nella sala d'attesa che lo squallore raggiunge l'apice. Si sprecano i masselli di noce e le borchie d'ottone, si vuole con ogni mezzo trasmettere l'immagine della ricchezza e della forza.

A.U.:

Mi piacerebbe innanzitutto uno spazio centrale, scenografico, spazioso e spiazzante rispetto all'attività svolta in quel luogo. Uno spazio in cui gli operatori e i visitatori dovessero passare e che fungesse da camera di decompressione psicologica. L'architettura, la luce, il colore dovrebbero avere il ruolo di protagonisti e fungere da specchi critici, aiutare i visitatori a porsi domande sulla propria esistenza. Solo un attimo, un momento di passaggio perché l'ufficio non è un teatro, ma un luogo di produzione. Sarebbe comunque un momento importante e potrebbe umanizzare e sdrammatizzare la dimensione competitiva che si sprigiona nei luoghi di lavoro.

Alessandro Ubertazzi, *Arte in ufficio. Un racconto imprevedibile in cui lo spazio è protagonista*, Intervista a Giuseppe Marinelli in "Habitat Ufficio" n. 24, Alberto Greco, Milano, febbraio-marzo 1987, pagg. 42-47.

Giuseppe Marinelli si è laureato nel 1972 in Architettura a Roma, dove dal 1976 al 1980 è assistente nei corsi tenuti da V. Quilici.

Mostre sul lavoro di G. Marinelli, svolto prima all'interno dello Studio Labirinto e poi in maniera individuale, sono state tenute in numerose città italiane e straniere, tra cui Londra, Roma, Bologna, Milano, Tokyo. I suoi disegni, relativi a progetti di architettura e design e a ricerche spaziali e teoriche, sono stati pubblicati sia in Italia che all'estero.

Dopo l'esperienza dello Studio Labirinto, Marinelli ha portato avanti una personale ricerca originale sullo spazio cinetico, forma colore e movimento, attraverso installazioni mobili chiamate "Teatrini" presentati a Roma nel 1982 da Renato Pedio.

A livello professionale ha realizzato importanti interventi di allestimento per alcuni musei dedicati alla scienza, fra cui il GEOLAB a Sangemini (TE), il Museo dell'Appennino a Polino (TE), il Museo di astronomia a Monteporzio (Roma) e il Museo del clima ad Arenzano (GE).

...bisogna credere
nella propria
intuizione
e
nel rigore
della propria
ricerca...



Un giovane e promettente architetto.

Intervista a Mario Bellini

Alessandro Ubertazzi:

Mi rivolgo a te, architetto, designer, direttore di una rivista di architettura e docente, per conoscere i vari aspetti della tua esperienza professionale e progettuale.

Ricordo i nostri primi contatti che risalgono a un articolo che avevo scritto per “Casabella” a proposito di una macchina per scrivere che avevi progettato per Olivetti: la Lexikon. Dietro suggerimento di Tomás Maldonado avevamo insieme sviscerato tutti gli aspetti di quel progetto, andando a leggerne anche la qualità di dettaglio, secondo un procedimento che, allora, veniva applicato solo da certe riviste straniere rivolte al consumatore. Quel periodo (si parla di qualche anno fa) coincideva con la tua definitiva affermazione nel campo del design, mentre ancora l’architettura in senso stretto appariva come un traguardo che tu desideravi intensamente raggiungere. Prima di parlare di quest’ultimo aspetto della tua attività, comincerei da un aspetto per te più tradizionale: il design, appunto. Che cosa intendi tu, oggi, per design?

Mario Bellini:

Ti posso dare una risposta molto sintetica. Prendi una macchina di concezione contemporanea (per esempio elettronica e da ufficio), la fai smontare da un bambino che ne stacca tutti i fili, metti tutto in un sacchetto trasparente e poi prendi la stessa macchina e la metti in un altro sacchetto: la differenza che c’è tra i due sacchetti è il design. Se tu mi avessi posto la stessa domanda qualche decennio fa avrei potuto darti ancora la stessa risposta, ma sarebbe stata un po’ meno elegante, un po’ meno evidente.

Per restare sempre nel campo delle macchine da ufficio, prendiamo in esame la vecchia Divisumma. Se tu l’avessi smontata tutta, come nel primo caso, l’esperimento sarebbe stato sempre di grande effetto: un sacchetto sarebbe stato pieno di leve, di bulloni e di cavi, mentre la differenza fra ciò che stava nei due sacchetti non sarebbe stato soltanto design, ma anche il lavoro del progettista meccanico. Ti saresti accorto che avresti dovuto semplicemente levare la carrozzeria (la famosa carrozzeria concepita da Nizzoli) e mettere la macchina nuda da una parte e la macchina vestita dall’altra; ancora la differenza sarebbe stata il design: differenza sottile e un pochino

meno teatrale. Nel tempo che intercorre tra queste due macchine, il "design" ha acquisito la possibilità o, addirittura, il dovere, di fare una parte del lavoro che, una volta, era appannaggio del progettista meccanico: non per ragioni ideologiche, ma per ragioni intrinseche. Il progettista meccanico doveva concepire una macchina che funzionasse, quindi non doveva far altro che architettarla tutta e montarla; per ragioni di continuità fra leve e meccanismi, doveva posarla funzionante sul tavolo. Il progettista elettronico, invece, può dire che la sua macchina funziona anche se dispone tutte le apparecchiature nei cassetti e sugli scaffali e li collega con fili.

Dopo la rivoluzione elettronica, al designer compete maggiore responsabilità nel concepire l'architettura dell'oggetto.

Io ho avuto la fortuna e l'opportunità di occuparmi di macchine da ufficio a partire da questo punto. Puoi ancora prendere dallo stesso sacchetto quelle "frattaglie" e disporle sul tavolo in diverse configurazioni progettuali: la differenza fra le alternative è ancora design. Forse la prima risposta concerne il design in generale; la seconda concerne il linguaggio, la differenza fra il mio design e il tuo.

A.U.:

A me interessa qui soprattutto il tuo punto di vista. Ricordo che quando si parlò della Lexikon, questo problema cominciava solo a profilarsi, mentre invece, riparlando in particolare di certe tue macchine da calcolo, questo concetto cominciavi già a descriverlo.

M.B.:

Alle tue spalle puoi vedere la Logos 50-60, che coincide con un momento alto del mio lavoro: essa rappresenta emblematicamente quello che ti ho detto. Nel concepirla, tra l'altro, ho colto questa opportunità in modo radicale; per poter esercitare una intenzionalità progettuale nella concezione globale di quella macchina ho avuto un sacchetto di frattaglie che ho precodificate.

A.U.:

Parlando di questa macchina, ricordo che, al tempo in cui stavi completando il progetto, nel tuo studio, vagavano un grande numero di *maquettes*, di configurazioni alternative. Come procedi nei tuoi progetti? Quale poetica vi si può intravedere? Quale linguaggio imprimi alla materia e, più in generale, alle cose? Quale metodo di lavoro hai scelto?

M.B.:

Per comodità di esempio restiamo ancora nel campo delle macchine per ufficio. Nel caso specifico della Logos 50-60, siamo partiti da dati iniziali non ancora configurati (in queste condizioni puoi ottenere i risultati migliori); si trattava di dati concernenti le componenti della macchina: la stampante, l'alimentatore, la tastiera. Conoscevamo le prestazioni che avrebbe dovuto avere e, vagamente, anche le dimensioni. Mi riferisco alla superficie del circuito stampato e non alle tre dimensioni, perché esso è un progetto logico che, nella sua prima fase, non occupa una forma specifica, ma soltanto un'area.

Forse per la prima volta nella storia dei progetti di questo tipo abbiamo sfruttato radicalmente la possibilità di conferire un'architettura a una macchina non definita dai suoi componenti funzionali. Se, in questo caso, si può parlare di differenza sottile tra macchina e meccanismo, noi abbiamo avuto tra le mani soprattutto un meccanismo ("meccanismo" è una parola globale che non va intesa in senso letterale e comprende ovviamente l'apparato elettronico).

Esisteva un meccanismo che, dal punto di vista puramente logico, era già in grado di funzionare e noi l'abbiamo trasformato in una macchina cercando degli assetti e delle configurazioni che non potevano risolversi soltanto in se stessi, ma dovevano esprimere già delle ipotesi di rapporto con l'ambiente operativo più esteso (costituito da valenze culturali, spaziali, decorative, antropologiche, umane, ecc.). Date le nuove condizioni, mi sono innanzitutto domandato se era opportuno continuare a organizzare le macchine da calcolo secondo lo schema longitudinale, con la tastiera davanti alla stampante: questa soluzione è dovuta a moltissime ragioni, soprattutto storiche.

Le macchine ("meccaniche", prima, ed elettromeccaniche, poi) adottavano quel criterio per ragioni intrinseche: i tasti azionavano dei levismi che venivano in su e stampavano i caratteri sulla carta.

Quell'impostazione aveva però un difetto: i due fenomeni che dovevano essere tenuti sott'occhio, ovvero la tastiera e il testo stampato, si trovavano a una diversa distanza di lettura determinando una curiosa inversione. Infatti i tasti, dotati di un carattere più grande e leggibile, sono vicini, mentre i caratteri stampati, più piccoli, sono posti più lontano. In quelle condizioni la macchina doveva essere tenuta il più vicino possibile per riuscire a leggere la carta stampata e, quindi, si doveva operare con una posizione un po' "carpiata".

Nel nostro progetto abbiamo scelto la soluzione trasversale, che era una première mondiale. La macchina consente dei benefici facilmen-

te riscontrabili: il braccio destro resta disteso e trova tutti i comandi a uguale distanza, la testa dell'operatore è davanti al risultato stampato, mentre la macchina resta abbastanza distante.

Quella situazione viene oggi rimessa in discussione dalla miniaturizzazione: poiché le macchine sono diventate molto piccole, la distanza fra il risultato stampato e la tastiera è meno rilevante; la configurazione longitudinale torna a essere ottimale rispetto a quella trasversale e più funzionale nell'occupazione dello spazio.

Oggi posso affermare che quell'esperienza progettuale ha avuto un significato importante.

Per me, il design consiste nell'esercitare in questo modo le proprie possibilità di incidere progettuamente; naturalmente, se applichi questa attitudine in diversi campi ottieni i risultati più diversi.

A me è sempre piaciuto prendere in mano il bicchiere e provare a capovolverlo.

Ad esempio, se parliamo del progetto di una sedia, tutto è diverso, radicalmente diverso. Se tu mi chiedi cos'è il design di una sedia, io ti dico di prendere una persona seduta, tenerla per le spalle e togliere la sedia; quello che manca è il design di una sedia. Nel caso della sedia il design è tutto. Però, se parliamo di una sedia d'ufficio, il problema torna di nuovo complicatissimo, raffinato e molto complesso: di recente ho scritto proprio su questo argomento mettendo addirittura in crisi la distinzione teorica che io stesso avevo introdotto qualche anno fa, quando ero riuscito a "capire" la profonda differenza fra i mobili e le macchine.

I mobili sono oggetti che provengono dal profondo della storia e della cultura dell'abitare, talvolta con millenni di evoluzione alle spalle: nessun architetto e designer può pretendere di aver inventato la sedia. La sedia è nata come progetto collettivo antropologico quando una parte dell'umanità ha deciso di sedersi invece di stare sui talloni o per terra. Da quel momento i progettisti di sedie non hanno fatto altro che esercitarsi su quel tema, la cui struttura tipologica era comunque definita. Basterebbe guardare quella che io cito sempre: la sedia del figlio di un faraone (mi pare Amenophis III) che era stata esposta con il tesoro di Tutankamen a Parigi qualche anno fa. Se analizzi la struttura di quella sedia, ti accorgi che si tratta di una sedia contemporanea; essa mostrava già delle attenzioni di tipo "ergonomico" quali possiamo riservare solo oggi a una sedia: il sedile leggermente incurvato e reclinato, lo schienale inclinato e flesso ad accogliere la forma della schiena, i traversini disposti in modo intelli-

gente quasi fossero pensati da un ingegnere. Un oggetto straordinario. Poiché si tratta di un prodotto di cinquemila anni fa, significa che già diecimila anni fa gli uomini avevano cominciato a cimentarsi con questo mobile.

Che cosa può fare un designer nel concepire una sedia oggi? Sicuramente tener conto di tutto questo, altrimenti sarebbe un marziano, un barbaro, una persona incolta; deve tener conto di tutto ciò e progettare la sua sedia.

È chiaro che la situazione reale non è esattamente quella che ho schematizzato prima. Anch'io ho disegnato una sedia (una sola in così tanti anni): la Cab. Si tratta di un oggetto abbastanza importante, fatto in cuoio portante teso su una struttura di tondini d'acciaio. Credo di aver fatto una sedia contemporanea e, al tempo stesso, di aver rispettato la cultura della sedia.

Effettivamente questo è un altro modo per dirti cos'è il design secondo me. Però, come vedi, il design riferito a una macchina e il design riferito a una sedia mi hanno portato a descrivere due scenari molto diversi. Cinque anni fa mi sono ritrovato ad affrontare il design di una sedia da ufficio, per Vitra. Quando lavoro non faccio mai ragionamenti teorici; tuttavia, quando rifletto su quello che ho fatto, utilizzo necessariamente degli strumenti critico-storico-teorici. Iniziando a riflettere sul contenuto teorico di quella sedia ho constatato che, in quel caso, lo schema di lettura che contrappone mobili e macchine in quanto fenomeni molto diversi non reggeva più. La sedia d'ufficio è una sedia che contiene una macchina, oppure è una macchina su cui ci si deve sedere? Come è possibile che due cose tanto diverse siano una sola realtà?

Con quella occasione ritengo di avere fatto un passo avanti, anche di natura teorica, che mi ha consentito di rileggere non solo i mobili, ma anche le macchine, a un livello di complessità superiore.

Si può essere portati a credere che le macchine abbiano una vita molto più breve dei mobili (diciamo cento anni, ma in molti casi cinquanta, trenta); esse sono soggette a una evoluzione rapidissima, a sua volta legata all'obsolescenza tecnologica, mentre la loro immagine è poco stratificata, poco consolidata, soggetta a mutamenti continui e repentini. Si sarebbe portati a credere che le macchine abbiano una tradizione molto meno consistente, meno radicata, storicamente meno definibile.

Eppure l'automobile è nata cento anni fa, ma ormai è un prodotto dotato di spessore e densità incredibili, come ho potuto riscontrare

nel caso di una mia esperienza progettuale in questo settore. Esiste una cultura dell'automobile per cui oggi nessuno è più in grado di inventare nuove tipologie. Come avevo potuto fare vent'anni fa nel caso di una macchina da calcolo (per la prima volta l'elettronica entrava in quel settore) o come ho potuto fare dieci anni fa quando ho disegnato la prima macchina per scrivere elettronica al mondo. Non si può disegnare una sedia se non a partire da una sedia e la sedia migliore è quella che sembra una sedia. Questo è vero anche per l'automobile: non si può disegnare un'automobile che non tenga conto dell'idea "platonica" di automobile, dell'"automobilità". Ecco perché, ad esempio, le dream cars concepite dagli stilisti non hanno portato a niente. L'automobile ha una lenta evoluzione, che procede di un infinitesimo all'anno e che solo nel corso dei decenni dà luogo a una riconoscibile e significativa linea di sviluppo, capace di raccontare passo passo la nostra civiltà. Un'automobile "anni cinquanta" non lo è solo dal punto di vista della cronaca: essa esprime gli anni Cinquanta, come un mobile barocco esprime il secolo che lo ha generato. Questo significa che, ormai, l'automobile appartiene alla struttura culturale della nostra società. Anche con le macchine la questione del design si fa più sottile. Alle spalle dell'automobile ci sono le carrozze, che ci rimandano alla cultura del viaggio, dello spostamento. Io non sono tra coloro che ritengono sia stato un errore derivare le automobili dalle carrozze, come molti sciocchi teorici del design hanno cominciato a dire molti anni fa: «pensa, questi imbecilli hanno levato i cavalli e ci hanno messo il motore». Si trattava di un atteggiamento stupidamente funzionalista, per cui l'arrivo del motore avrebbe dovuto sconvolgere questo mezzo di trasporto, mentre sostituire il cavallo con il motore sarebbe stato un atteggiamento incolto. In realtà, l'aver sostituito il cavallo con il motore ha interessato solo un aspetto laterale del problema dato che l'elemento più significativo della carrozza era la sistemazione dei passeggeri in uno spazio in movimento. Semmai ci si può rammaricare del fatto che, con il passaggio dal cavallo al motore, le carrozze abbiano perso molto della loro ricchezza tipologica. Dal punto di vista prossemico, il modo di stare dentro una carrozza corrispondeva a una vasta tipologia di veicoli. Inizialmente quelle specificazioni si sono conservate, come era ovvio (la cultura non ha strappi, è una realtà continua); poi, per ragioni di standard industriale, si sono via via ridotte a scapito di una ricchezza di situazioni umane che adesso stanno per essere riscoperte. Penso all'Espa-

ce, un tentativo di arricchire le relazioni prossemiche dello spazio interno all'automobile, verosimilmente ispirato al mio "Kar-a-sutra", un vecchio progetto concepito per il Museum of Modern Art di New York.

Persino la macchina per scrivere possiede una sua cultura profonda: essa è nata un centinaio di anni fa e ha subito una evoluzione tale da non poterne inventare una nuova senza tenere conto di questo pur breve flusso storico-culturale.

In quanto "macchina" (tieni presente il parallelo fra carrozza, motore e cavalli), la macchina per scrivere è nata un secolo fa, ma in quanto "per scrivere" è nata diecimila anni fa quando già si scriveva e si leggeva. In passato si scriveva e si leggeva su piccoli leggi un po' inclinati, da tavolo: sarà un caso, ma tutte le mie macchine da scrivere sono, in fondo, una tavoletta inclinata che affiora dal tavolo.

Con la Logos credo di essere riuscito a tendere un filo sottile fra la tradizione antica del leggere e dello scrivere e quella delle macchine per scrivere e calcolare.

Credo di essere stato il primo a proporre il piano inclinato sul tavolo dell'ufficio e adesso ci sono in giro migliaia di macchine basate sullo stesso principio.

Disegnare una sedia d'ufficio è stata l'occasione per individuare una relazione più complessa tra le macchine e i mobili, mettendo in crisi quella mia distinzione un po' scolastica, anche se plausibile.

Per esprimersi e per diventare tali anche le macchine (o, meglio, i meccanismi), hanno bisogno di un "mobile" mediante il quale occupare una posizione nello spazio e nei nostri comportamenti.

Attraverso la storia del mobile di cui qualunque meccanismo ha bisogno per esprimersi ed esistere nel nostro spazio vitale, si rintraccia appunto un legame concettuale tra mobili e macchine: le macchine entrano nella dimensione del mobile per poter entrare nella nostra cultura. In sostanza, tutto è "mobile"; naturalmente uso il termine "mobile" senza il senso dispregiativo con cui si dice talvolta "carrozzeria". Anche la parola "carrozzeria" torna a nobilitarsi, perché essa è il mobile attraverso il quale il meccanismo si esprime per diventare macchina e per vivere nel nostro spazio.

A questi concetti sono arrivato riflettendo sulla sedia d'ufficio: quel progetto mi ha gettato in una crisi profonda.

Se si disegna una sedia d'ufficio considerandola una macchina, si può ottenere un oggetto abbastanza dignitoso e in grado di affrontare il mercato; tuttavia, il suo difetto sarebbe quello di non rispettare

sufficientemente la cultura e le esigenze della persona che vive otto ore in ufficio: prima di tutto “stai seduto sulla sedia” e poi “fai andare delle leve”. D'altra parte, se non tieni abbastanza conto delle caratteristiche prestazionali tipiche della sedia da ufficio, commetti un atto di superficialità e proponi una sedia inefficiente. Se è vero che concepire una sedia è fra le operazioni più difficili per un designer, disegnare una sedia da ufficio è ancora più difficile: essa infatti deve contenere un meccanismo ma, alla fine, non deve sembrare una macchina.

A.U.:
Cosa pensi a proposito dei molti “designs” che attualmente si sviluppano nella nostra cultura progettuale?

M.B.:
Il fatto che, nella nostra società, si sviluppino molti “designs” caratterizza proprio lo specifico della cultura postmoderna. Gli storici e gli epistemologi sostengono che non viviamo più in una società organizzata secondo uno schema unico ma in una società capace di aggregare molte culture parallele e diverse. Una concezione colta e contemporanea del design accetta la pluralità dei designs; sono sicuro che non ti avrebbe risposto così un designer o un architetto appassionato di cinquanta-sessant'anni fa. In quel momento dominava un atteggiamento di avanguardia e, come tu sai, non c'è niente di più intollerante e dogmatico delle avanguardie; non c'è niente di più intollerante di quella convinzione poetica (il *Kunstwollen*) in cui il desiderio di forma, di progetto e di arte si fonda su pseudogiustificazioni neopositiviste e scientifiche. Io non ho niente contro il momento culturale in cui ciò è avvenuto, ma ritengo che certe affermazioni vadano semplicemente rilette con maggiore attenzione e sottigliezza. A quei signori che, se fossero vivi, cercherebbero ancora di convincermi di poter instaurare, come un teorema, un processo figurativo e poetico univoco sulla base di funzioni e di precedenti storici, risponderai che questo modo di procedere rientra esclusivamente nella loro poetica; l'affermazione secondo cui non c'è più posto per le poetiche, o comunque per i sistemi figurativo-linguistici (perché i dati di partenza sarebbero intrinsecamente capaci di generare il sistema linguistico) è un'affermazione poetica, plausibile solo in quanto tale: quegli episodi che, nelle intenzioni dell'autore, volevano essere l'espressione della fine degli stili, oggi

per noi costituiscono lo stile di quegli anni.

A.U.:
Quali sono gli altri progetti nel settore dell'ufficio che desideri commentare per riferire quelle implicazioni riferite al mutare del terziario? Quali altri progetti testimoniano, secondo te, il preteso cambiamento del mondo fisico del luogo di lavoro?

M.B.:
Nel campo dell'ufficio io non sono tra i fans della grande aspettativa evolucionistica. Non ritengo che la cosiddetta “rivoluzione telematica” porti a una drammatica rivoluzione ambientale. Ce lo insegna l'esperienza. Se prendiamo in considerazione gli enormi mutamenti che sono avvenuti nel mondo occidentale nel giro di duemila anni (come crolli e ascese di grandi imperi, rivoluzioni industriali e non, francesi e non, d'ottobre e non) e riflettiamo come e quanto si sono evolute le corrispondenti strutture spaziali, abitative, pratiche e fisiche, dobbiamo concludere che, per fortuna nostra, queste ultime hanno una capacità di resistenza, una solidità, uno spessore tale per cui, quasi certamente, nemmeno la rivoluzione telematica sarà in grado di modificarle più di tanto. Può essere una boutade ma, in fondo, la casa in cui viviamo è ancora la casa romana, con la differenza che, a seguito della estensione di un migliore standard abitativo a una parte più ampia della popolazione, abbiamo perso molto in termini di qualità. Una definizione del genere è volutamente paradossale, ma sostanzialmente la casa romana era fatta di corti, stanze, cortili, corridoi, sale, saloni, saloncini, esattamente come quella di adesso; di finestre, di porte di tetti, di piani, di scale, come oggi; persino i materiali sono simili. Certo, esistono differenze, che gli storici dell'architettura e della tipologia possono facilmente analizzare, ma non è questo il punto. Proprio dalla rivoluzione telematica (che, in quanto tale, è veramente radicale) c'è da aspettarsi piuttosto un rientro e un ritorno dell'ambiente dell'ufficio verso la normalità, verso le origini. L'ambiente dell'ufficio è nato, si è differenziato e distaccato dal sistema generale dell'ambiente abitativo solo a partire dall'alto Medioevo. Uno studio tipologico dell'ambiente d'ufficio prima del Rinascimento, in Italia, mostra una assoluta continuità fra la bottega artigianale e l'abitazione o fra le strutture abitative e i primi embrioni di sistema amministrativo-assicurativo-bancario.



Mario Bellini, *calcolatrice elettronica Divisumma 28* per Olivetti, 1973.

A partire dalla rivoluzione preindustriale l'ambiente d'ufficio, in quanto luogo specializzato, ha cominciato a differenziarsi in modo più sostanziale. Ciò si è vieppiù accentuato con il progredire della rivoluzione industriale, la specializzazione del lavoro, il taylorismo, ecc.

Negli anni '60 e nei primi anni '70 l'ufficio ha forse conosciuto il massimo della sua differenziazione e specializzazione, fino a rischiare di autodistruggersi.

Anche il posto di lavoro ha subito la stessa evoluzione, nel senso che la meccanizzazione del lavoro fatta con strumenti elettromeccanici ha portato ad appesantire l'ambiente sino al punto di incidere profondamente sulle sue caratteristiche e ad abbassarne molto gli standards di comfort.

L'impiegato era l'operatore di una macchina farraginosa, sferragliante e rumorosa che, dal punto di vista dell'intelligenza operativa, lo costringeva a essere quasi il suo servomotore; l'elettronica ha reso le macchine sempre più silenziose, ha ridotto il loro ingombro e il loro spessore, fino a rendere l'ambiente di lavoro meno drammatico e meno aggressivo.

Oggi la calcolatrice che ho in tasca, piatta come una carta di credito, può essere considerata come una macchina che ha perso una delle sue tre dimensioni: non ha più motore, non ha più filo, non ha più niente. È il simbolo di quello che diventeranno le macchine d'ufficio. Già ora le tastiere sono grandi e spesse come una copia di "Habitat Ufficio", e forse più leggere; gli schermi sono ancora dei piccoli televisori ma diventeranno piatti come il ritratto della fidanzata che si tiene sulla scrivania: questo avverrà nel volgere di un periodo di tempo breve e prevedibile (gli schermi a cristalli liquidi ci sono già, ma aspettano a entrare in produzione perché "disturberebbero" gli investimenti in corso). I rapporti tra unità e unità saranno sempre più wireless o, al massimo, per trasportare le informazioni, si avvarranno dei cablaggi ottici. Il posto di lavoro potrà ridiventare, come all'origine, un tavolo con una sedia; all'origine, il tavolo e la sedia sono scaturiti dalla nostra cultura di base, quella del nostro corpo, del nostro modo di essere uomini, e li abbiamo via via arricchiti, appesantiti, specializzati. Il "posto di lavoro" sarà sempre meno necessario a mano a mano che l'hardware in ufficio avrà dimensioni sempre più piccole; le tastiere e i visori saranno molto semplici.

Ci sarà molta meno carta in circolazione e sarà anche meno necessario circolare fisicamente. Crollerà in parte anche la necessità dello

“spazio aperto”, una concezione bizzarra e discutibile che, a sua volta, ha distrutto una parte delle caratteristiche e dei valori dell’architettura proprio nei luoghi in cui essa dovrebbe esprimere le esigenze della cultura umana: credo che a nessuno piaccia stare in un grande stanzone insieme a tanta gente.

Se mi chiedi le previsioni sull’ufficio, io sono tra i non catastrofisti; sono anzi tra quelli che pensano che stiamo tornando alla “normalità”.

A.U.:

Parliamo di spazi, parliamo di ambienti di lavoro, di qualità e di *comfort*.

Abbiamo accennato soprattutto alle macchine e ora invece mi preme che tu metta in evidenza qualcosa di più e di ulteriore. In cosa consiste questo tuo desiderio di architettura? In che ambiti ti stai muovendo? Questa è un po’ l’occasione di parlare del nostro mestiere complesso.

M.B.:

Più ci rifletto e più ci credo: l’architettura è per me la dimensione di riferimento di tutte le attività di progetto nell’ambito del nostro spazio fisico. Dimensione di riferimento, nel senso che può essere letta come disciplina madre di tutte le altre. Io non credo, ad esempio, all’industrial design o al product design come discipline isolate, autonome, autosufficienti. L’ho detto più volte, l’ho scritto e anche teorizzato con una certa precisione.

I tentativi di instaurare discipline autonome sono praticamente falliti, tanto dal punto di vista ideologico che pedagogico. In questo senso l’impostazione della Scuola di Ulm, è stata molto significativa per l’affinamento di una poetica capace di sviluppare un momento, un tempo e perfino un modo di pensare ma è ormai un ramo esaurito. La stessa esperienza del design italiano conferma questo punto di vista: il design italiano è il frutto delle scuole di architettura anche (e forse proprio) perché non vi si è insegnato il design in particolare, ma hanno fatto semplicemente il loro dovere di scuole di architettura. Esse hanno generato quel milieu culturale, quella situazione, quegli specialisti che, dedicandosi poi a vario titolo (in modo integrato, separato, specializzato) all’industrial design, al furniture design e all’architettura degli interni, hanno generato quel fenomeno che si chiama “design italiano”, e che si differenzia da situazioni analoghe

in altri paesi, proprio per questi atteggiamenti.

In pochissimi altri paesi (forse in nessun altro) la pratica del design è qualcosa che si esercita con continuità e rispetto per la cultura dell’architettura: credo che questo sia il nostro patrimonio più autentico, non solo per l’analisi storica che si può fare di questo fenomeno, ma anche sul piano teorico.

In effetti non è pensabile instaurare con oggetti, macchine e arredi un rapporto separato rispetto a quello con gli edifici e con la città. Noi viviamo come in un continuum: una esperienza che amo definire di “relazione abitativa”; abbiamo davanti a noi macchine, mobili, oggetti, edifici, spazi e città e viviamo questo insieme come una significativa esperienza integrata.

Nessuno mi può convincere che, dal punto di vista filosofico e disciplinare, si possano istituire delle invarianti autonome capaci di definire delle discipline parallele e incomunicabili.

A.U.:

Ci sarebbe comunque il problema di tracciare il crinale che divide questi ambiti disciplinari.

M.B.:

È indimostrabile, nemmeno la dimensione “industrial” può reggere questa differenza. Se tenti di leggere la differenza tra architettura e industrial design scopri che si tratta di un modo improprio di porre il problema: se parli di “architettura” parli di contenuti, parli di case; ed è chiaro che si tratta sempre di architettura, sia che tu la produca industrialmente o artigianalmente. Ora mi domando perché la si voglia confrontare con l’industrial design, considerando il termine “industrial” come un crinale discriminante: sarebbe come confrontare case costruite non importa come con prodotti non importa quali, purché ottenuti industrialmente.

In quanto disciplina della progettazione e della definizione dello spazio in cui viviamo, considero l’architettura come la disciplina madre e di riferimento di tutte quelle attività interne, esterne e integrative che sono il “design”. Il design può essere letto all’anglosassone; il termine significa “progetto” in senso lato (non così generale da comprendere il progetto di una campagna elettorale, ma certamente riferito a tutto ciò che concerne l’ambiente fisico). Si tratta di una lettura “panprogettuale” che ha, tuttavia, i suoi rischi teorici. In questo senso sono molto interessato all’architettura; sono un architetto

e faccio dell'architettura; non ho mai smesso di vibrare e di sentire questo problema come totale e unitario.

Più recentemente (diciamo dieci anni fa), non a freddo ma per intrinseca passione, ho deciso di riavvicinarmi in modo determinato alla dimensione operativa dell'architettura, che non ho mai abbandonato dal punto di vista culturale. Ho avviato tutta una serie di atti necessari: tu non rientri in una dimensione, semplicemente, ma devi studiare per metterti in condizione di farlo. Se è vero quello che ho detto dal punto di vista teorico, dal punto di vista pratico tutte le attività richiedono un'appropriata attrezzatura interna. Si possono disegnare macchine da ufficio, automobili, sedie e case, ma tutte queste realtà richiedono una diversa esperienza e un diverso livello di preparazione, o quanto meno un'integrazione della personale preparazione di base.

Oggi sto dedicando almeno il settanta per cento del mio tempo alla pratica dell'architettura, che mi coinvolge in progetti molto importanti e interessanti. È per me una sfida nuova: si potrebbe dire che sono forse un vecchio industrial designer e un giovane e promettente architetto!

Molti dicono che l'architettura sia una delle attività più complesse e più difficili, e che architetti si diventa a cinquant'anni; non ci sarebbero Mozart in architettura! L'architettura che scelgo come riferimento è naturalmente quella della città; la città è il luogo dell'architettura. È chiaro che si può fare architettura anche nel deserto, ma per noi occidentali la città è il luogo dell'architettura per eccellenza. Riprendendo i discorsi precedenti, la città è un altro di quei luoghi che non sono mai cambiati. Come la viviamo adesso, la città è cominciata attorno al Mille; e la città in cui viviamo è molto più simile alla città di diecimila anni fa, di quanto non si possa dire che la nostra casa è simile a quella romana. È una invenzione alla quale abbiamo aggiunto ben poco; anzi, i tentativi di proporre alternative, integrazioni o ribaltamenti sono per ora tutti falliti: non vorrei essere un urbanista! Pensa quante speranze fallite, quanti tentativi di definire o di migliorare la città e gli standards si sono dimostrati vani. Pensa quanti piani regolatori non hanno regolato niente e si sono dimostrati strumenti inefficaci! Ci sono stati urbanisti di grandissimo valore che hanno fatto studi egregi, rimasti alla stregua di semplici progetti: fogli di carta che non sono riusciti a incidere sulla città. Forse non ci si deve neanche tanto rammaricare. Pensa che disastro culturale se il Plan Voisin di Le Corbusier fosse stato attuato! Per fortuna la città è

un'altra di quelle grandi strutture solide, frutto di un progetto collettivo, di una intera società, di un'intera cultura.

A.U.:

In uno dei tuoi editoriali di Domus affermi che il cittadino collabora a dare un carattere alla città.

M.B.:

Non voleva essere un invito demagogico alla progettazione collettiva, cui non credo. Avevo soltanto detto di stare attenti a non considerare l'arredo urbano una faccenda che può essere risolta da semplici progettisti. L'arredo urbano delle città che noi conosciamo è anch'esso il frutto di una interattività esprimibile. È chiaro che quel dato lampione è stato disegnato da un certo signore e fuso da una certa ditta, ma non secondo un concetto eminentemente funzionalista del tipo: "gettacarte, lampione e panchina: le funzioni sono queste, la forma è questa". Non c'è niente di più brutto di quella serie di vasi che ci sono in via Montenapoleone, via Manzoni, via della Spiga: non si può "arredare" la città in questo modo.

La città esprime il suo carattere con lentezza, con solidità, intrinsecamente: questo non significa che i cittadini debbano disegnare i vari elementi di arredo urbano, ma è la città che deve disegnarli. C'è una cultura da cui non si può prescindere.

A.U.:

Come direttore della prestigiosa rivista "Domus", vorrei che raccontassi di come ti sei posto dialetticamente nei confronti del passato, e quindi dell'evoluzione del tuo pensiero, dal primo editoriale a quelli successivi, e forse anche del taglio che tu vorresti ulteriormente imprimerele.

M.B.:

Rispetto alle varie "Domus" (lo dice anche l'editoriale di apertura) mi sono posto nella condizione di continuare una tradizione importante. Si voleva che la nuova "Domus" continuasse a essere una rivista rappresentativa della cultura del progetto, una vetrina della cultura italiana all'estero, capace di portare nel nostro Paese il senso di quello che avviene nel resto del mondo per l'ambito progettuale; una rivista rappresentativa e "di cerniera", poiché ancor oggi è una delle poche ricordate e nominate anche all'estero. Una realtà cominciata

nel 1928 non si deve tradire; in questo senso parlo di continuità. Però si nota una discontinuità rispetto all'ultima gestione: infatti la rivista ha conosciuto periodicamente dei cambiamenti piuttosto importanti, per continuare a essere se stessa. Trovo giusto e significativo che una rivista come "Domus" abbia conosciuto la stagione di Mendini, in quanto è sempre stato un atteggiamento tradizionale quello di cogliere l'aria dei tempi. Nei soli due anni in cui Rogers fu direttore, la rivista ha conosciuto momenti altissimi.

Continuità e discontinuità sono entrambe nella sua linea di tradizione. Ho voluto mantenere un'altra caratteristica tradizionale: quella di rappresentare la cultura del progetto nel senso più lato senza privilegiare una sola disciplina. "Domus" non è una rivista di architettura né di design. D'altra parte non mi interessava una rivista che fosse come la rilegatura di cinque piccole riviste; una di architettura, una di design, una d'arte, una di interni, ecc., secondo una formula superata. Siamo tutti in grado di comprare la migliore rivista di interni, la miglior rivista di architettura e di metterle insieme.

Allora che cos'è "Domus", tra questi due "non essere"? Intendo riportare la cultura del design e la cultura del progetto industriale in seno alla cultura dell'abitare, per poi portare quest'ultima in seno alla cultura dell'architettura.

Desidero portare gli interni all'interno dell'architettura; desidero evidenziare il filo continuo, questo unicum di esperienze, che riporta le diverse pratiche progettuali alla dimensione unificante dell'architettura.

Questa è la mia ambizione, ma non è sempre facile realizzare questi propositi.

Mi piacerebbe parlare d'arte pubblicando un saggio sulla pittura di Mario Sironi in relazione alla città o un saggio su Valerio Adami a proposito degli interni, eccetera. Abbiamo pubblicato la casa Tugghendhat di Mies a Brno, che è stata recentemente restaurata: gli interni e gli esterni sono tutt'uno; mi interessava l'operazione progettuale che aveva impresso un carattere globale a questa casa. Tutte le volte che è possibile presenteremo una nuova architettura, mostrandola all'interno e all'esterno, soprattutto se questo corrisponde all'intenzione progettuale.

In altri casi presenteremo semplicemente una sedia, una splendida sedia progettata da un architetto, se riterremo che essa sia valida in quanto tale e risponda a quei canoni di cultura, di permanenza e di significanza che non possono essere disgiunti dall'architettura. Sai

benissimo che, nel '900, le più importanti sedie sono sempre state disegnate da architetti: puoi fare una lista di venti sedie di questo periodo che rappresentano l'intera storia mondiale di questo arredo e vedrai che sono praticamente disegnate tutte da architetti.

La differenza che tu giustamente riscontri tra il primo numero e l'ultimo è dovuta esattamente al fatto che anche una rivista è un progetto che, fra l'altro, non puoi pubblicare quando è finito. Non è che la rivista viva in progress, però il primo numero uscito era ciò che eravamo riusciti a fare per la prima volta, come risultato di un progetto generale di tendenza elaborato prima di cominciare; l'ultimo numero uscito è quanto di meglio siamo riusciti a fare dopo l'esperienza dei precedenti. Ritengo che ancora per qualche numero la rivista debba subire dei piccoli spostamenti, delle messe a punto e dei miglioramenti; la nostra ambizione è che al 15^a o al 18^a numero la rivista rappresenti il suo "stato di grazia", anche se già oggi questo obiettivo è quasi raggiunto al novanta per cento.

Ad esempio, c'è ancora qualcosa da fare nella parte dedicata all'arte. A partire dal 1987 gli argomenti concernenti il design saranno strutturati con più densità e continuità. Per quanto riguarda l'architettura, vorremmo mettere in relazione l'architettura con le sue tecniche e, più in generale, con la cultura delle tecniche.

A.U.:

L'ampio panorama di riviste di architettura italiane sembra corrispondere a un dibattito che trova nel nostro Paese il luogo più adatto per esprimersi; vuoi fare qualche riflessione sul ruolo che esse hanno nella cultura italiana?

M.B.:

Si è detto che, in Italia, si pubblicano più riviste di architettura, design, interni, moda e progetto che nel resto del mondo. Se è vero per l'Italia e se a Milano si pubblica l'ottanta per cento di queste riviste, si può dire che praticamente a Milano ci sono più riviste sul progetto che in tutto il resto del mondo. In questo senso, la nostra città diventa un luogo privilegiato, di grande vivacità. Ritengo che sia un supporto di arricchimento reciproco con il cittadino e con la cultura in senso più ampio. Non penso che le riviste siano uno strumento di acculturazione della società, ma credo che quelle pubblicate in Italia, e la particolare società che le produce e le consuma, stiano in un rapporto di reciproca generazione. È vero che queste riviste ci arricchiscono



scono ed è anche vero che esse sono rese possibili dalla particolare condizione culturale in cui ci troviamo; esse sono l'espressione del momento di grazia che la cultura del progetto attraversa in un certo ambiente della società in cui viviamo.

Alessandro Ubertazzi, *Un giovane promettente architetto*. Intervista a Mario Bellini, in "Habitat Ufficio" n. 27, Alberto Greco, Milano, agosto-settembre 1987, pagg. 54-57.

Mario Bellini si è laureato in architettura presso il Politecnico di Milano nel 1959 e, negli anni Sessanta, ha aperto uno studio professionale divenendo uno dei più noti designers italiani. Nel 1963, è consulente della Olivetti per il disegno industriale e in seguito lavora con alcune importanti aziende italiane e internazionali (B&B Italia, Cassina, Heller, Flou, Yamaha Motor Co., Renault, Rosenthal, Tecno, Vitra e altre). Come designer, Bellini ha vinto numerosi premi internazionali, tra cui otto Compassi d'oro dell'ADI, la Medaglia d'oro assegnata dal Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi per la diffusione del design e dell'architettura nel mondo (2004), la Medaglia d'Oro della Chartered Society of Designers e l'Honorary Title of Designer for Industry della RSA (entrambi inglesi) e altri prestigiosi premi e diplomi ottenuti in vari Paesi del mondo. È presente con venticinque opere nella collezione permanente del Museum of Modern Art di New York, che nel 1987 gli ha dedicato una retrospettiva personale; tra le opere esposte vi sono una serie di macchine per scrivere e calcolatori Olivetti, alcuni prodotti d'arredo per B&B e Cassina (tra cui la sedia Cab) e alcune innovative sedie per ufficio disegnate per Vitra. Opere di Bellini sono inserite nelle collezioni dei maggiori musei del mondo dedicati al design.



Antonio Citterio, *Mart* per B&B Italia, 2003.

La qualità è nella testa.

Incontro con Piero Busnelli.

Alessandro Ubertazzi:

So che affermi di avere ricevuto la “laurea” di produttore di mobili per ufficio.

Piero Busnelli:

Mi sono vestito elegante, con il farfallino... lo metto solo per le feste, per i matrimoni... e quando esco con una bella ragazza.

A.U.:

Beh, la tua presenza a Colonia costituisce una specie di matrimonio con il mondo dell’ufficio...

P.B.:

Effettivamente, in fondo, si trattava per me di una tesi di laurea. Ho detto a tutti i fabbricanti e ai miei amici «Sono qui anch’io, fino adesso ho scherzato. Presento la mia tesi, speriamo che mi dia un bel voto»; e tutti mi hanno dato 110 con lode. Giorgio, mio figlio, ha detto una cosa molto bella: che in tutti i Saloni del Mobile che ha fatto, non ha mai visto, tutti insieme in una sola mattina, tanti personaggi e tanti giornalisti in uno stand. Io ho sempre detto che il valore di un’azienda non lo dà l’utenza, ma la concorrenza.

A.U.:

Non mi riferisco soltanto al mobile per ufficio ma al mobile in generale: tu come fai ad accorgerti quando un progetto o una idea sono buoni?

P.B.:

I progetti nascono in tanti modi: o partono da una filosofia dello stare in ufficio oppure nascono dalle esigenze di un materiale che determina il nuovo funzionamento di un mobile o di una parete.

A.U.:

Se ho capito bene ti riferisci a materiali che non hanno ancora espresso le loro potenzialità: per esempio il legno curvato nel caso della sedia Thonet o il calcestruzzo nel caso della parete che B&B ha presentato a Colonia.

P.B.:

La parete fatta in cemento non deve essere fatta come quella di legno. Il cemento ha delle caratteristiche che devono essere evidenziate; nel cemento posso fare delle cose che con il legno non posso ottenere (e poi sarebbe sciupato). Quello che dico al designer è di mettersi a riflettere sul nuovo materiale: così vengono delle idee nuove.

A.U.:

Il materiale nuovo o la tecnologia sono dunque una delle poche occasioni che ci autorizzano a rivedere concetti apparentemente consolidati.

P.B.:

La tecnologia, certo.

Prendi la sedia per ufficio: ultimamente era diventata un mostro, una macchina; e gli utenti si sono spaventati perché si trattava di congegni sofisticatissimi e complicati.

Adesso c'è un ritorno alla semplicità che però deve garantire lo stesso comfort con meno meccanismi e automatismi.

I tedeschi continuano a fare marchingegni: tra la "Persona" della Vitra e la sedia di Citterio, il risultato è quasi uguale ma il meccanismo è un decimo.

Quindi c'è un grande ritorno al semplice, al "caldo", alle cose più a misura dell'uomo.

A.U.:

Da un lato tu metti i materiali e le tecnologie e dall'altro invece c'è il discorso fondamentale concernente le esigenze degli utenti.

P.B.:

Il designer che pensa di disegnare con la matita e il foglio di carta non può inventare niente di rivoluzionario: deve frequentare altre scienze che sembra non abbiano niente a che vedere con il design. Noi, per esempio, quelle linee orizzontali della parete attrezzata le abbiamo fatte per attutire i rumori: in questo caso il designer ha avuto bisogno di una scienza specifica, l'acustica. Ricevuto l'incarico, il designer deve vedere come si comporta chi utilizzerà quello che lui sta per progettare, quali sono le sue esigenze.

Quando Tobia e Afra Scarpa hanno disegnato la prima delle case che

hanno fatto per Luciano Benetton, gli hanno detto «Abbiamo bisogno di venire due week-end a vivere con voi e un paio di sere saremo ospiti a cena, perché vogliamo vedere come vivete, come si comportano i bambini, eccetera.

Ognuno ha le sue esigenze: noi possiamo aiutarti a vivere bene ma non dobbiamo importi delle abitudini che non sono le tue».

Gli hanno fatto una casa bellissima: alla moglie piaceva il rumore dell'acqua e lui ha messo delle cascatelle in soggiorno; per i figli che facevano colazione all'americana ha fatto uno spazio attrezzato appositamente.

Anche nella casa che mi ha fatto Antonio Citterio c'è molto di mio.

A.U.:

C'è una domanda che voglio farti da tanti anni. In che misura questo tuo temperamento brianzolo fa di te un industriale diverso dagli altri?

P.B.:

Io ho le mie caratteristiche. Una è quella di non essere mai contento e di cercare sempre di migliorare. Per esempio, per questo tavolo c'è voluto questo legno bello, caldo (e va beh, c'è il ritorno al legno). Però io dico: «possibile che bisogna sempre tirare giù una pianta che magari ha cinquant'anni?».

Alla B&B ci preoccupiamo anche di questo e selezioniamo severamente i progetti da mettere in cantiere.

In Brianza ci sono molte motrici e pochi rimorchi. La B&B è una bella motrice e tu sai chi sono i rimorchi: quelli che vengono a vedere tutto e andare a casa a copiare...

A.U.:

Ma tu sei contento di essere brianzolo?

P.B.:

Tutti amiamo la nostra terra. Noi siamo una razza di orsi, un po' chiusi: non siamo capaci di comunicare come i pesaresi, come i veneti, i friulani, i romagnoli.

Ad esempio non esiste un parlamentare brianzolo, da sempre.

A.U.:

Questo però dovrebbe farci pensare...

Antonio Citterio, scrivania Eileen per B&B Italia, 2004.



P.B.:

Tu guarda la differenza tra un brianzolo e un friulano! I friulani fanno sedie, si sono consorziati, hanno la regione autonoma, i finanziamenti. Sono molto bravi. Però siamo noi che insegniamo a tutti.

Abbiamo un difetto: non sappiamo associarci.

Ognuno è chiuso nel suo nido e si diverte a fare quello che fa.

Tu devi vedere gli artigiani di Cantù; sono di una bravura spaventosa, sono pieni di lavoro.

E sai perché a Cantù lavorano così tanto? Perché sono artigiani che non hanno neanche studiato molto ma hanno una mano stupenda, e gli architetti non vanno mica là con il disegno: fanno tutto loro! Sono dei mostri, amano il loro lavoro e continuano a migliorarsi con santa passione, ogni giorno.

Se tu vai all'osteria a Cantù, sono là che parlano di curve, di cerniere, di una colla speciale che ancora nessuno conosce. È la passione, la costanza.

In Brianza non c'è il ballo liscio che c'è in Romagna. In Brianza una balera farebbe ridere: sono tutti a casa.

È una razza che non è capace di vendersi, e io vorrei che rimanessero così. Se tu vedessi il tavolo della casa di Busnelli! Alla Maxalto mi hanno fatto questo tavolo ovale in radica e pare che il signor Cassina (della Maxalto) sia riuscito a trovare un sistema nuovo per piegare il legno senza una giunta o un tassello a forza di ferro da stiro, colla speciale e phon, dieci centimetri al giorno «Gh'el disem a nisciün, gnanca ai padrùn!...» («non lo diciamo a nessuno, neanche ai padroni», n.d.r.).

Lì per lì sembrava una cosa impossibile... sono andati avanti per settimane... Questa è la costanza, la volontà dei brianzoli...

A.U.:

Parliamo adesso di come vedi il futuro del tuo mondo.

P.B.:

Bisogna cambiare le scuole, bisogna cambiare la testa dei designers. Il design deve essere più a contatto del pubblico per capirne le esigenze.

Noi per esempio abbiamo fatto dei letti. Quando si è a letto e si vuol dormire ci vuole un bel materasso, delle belle lenzuola (possibilmente di lino fresche di bucato) e il letto va sempre bene. Ma se tu a letto

guardi la televisione, mangi, bevi o fai l'amore hai bisogno di altre prestazioni.

Allora abbiamo fatto dei letti che hanno il pirolino che gira, che si inclinano, eccetera: l'arricchimento diventa esasperazione della funzione.

A.U.:

Tutti parlano della qualità, tutti dicono di inseguire questa qualità. Ma per te cos'è la qualità?

P.B.:

La qualità è nella testa, è una mentalità: la si ha o non la si ha e non la si acquisisce.

Non si può andare a comprarla.

A.U.:

L'industriale come si pone di fronte alla qualità?

P.B.:

Per fare un mobile di qualità ci vuole un'industria e non un artigiano. E qui sembro in contrasto con quello che dicevo prima a proposito di Cantù.

Ma vai nelle botteghe a Cantù e hanno delle macchine sofisticatissime che lavorano cinque ore alla settimana e poi sono ferme. Però per far qualità hanno bisogno di quelle macchine e poi ci sono i "passaggi a mano" e altre robe varie.

Alla Maxalto ci sono delle macchine a controllo numerico, spaventose, che lavorano solo due ore alla settimana. Prendi certi tavoli della Maxalto: molti concorrenti, forse ingenui, mi chiedono che poliuretano adoperano, che vernice. Ci vuole l'olio di gomito!.. Sotto deve essere finito come sopra e anche questo è la qualità: parte dall'acquisto della materia prima e arriva fino al controllo delle fasi di lavorazione.

Da noi, uno è pagato per far le cose belle. La qualità è dentro il cervello.

Da giovane ho fatto tanti mestieri sotto padrone; poi, "ho messo su bottega" io, facevo le sedie di legno. Avevo due o tre operai: ce n'era uno che era molto svelto ma le congiunzioni le faceva male e poi le aggiustava con lo stucco.

Non sono stato capace di cambiargli il cervello: «Il tempo che fai lo

stucco, il tempo che stucchi, devi aspettare che asciughi, poi devi pulire, poi hai sbagliato il colore: è tre volte quello impiegato di rifare il pezzo per bene».

Una volta c'era tutta una parte della Brianza che lavorava così.

Quando cercavo un operaio gli chiedevo «Sei capace di stuccare?» e lui «Ho fatto tanto stuccare, io...» «Allora ciao».

Quand'ero giovane, siccome non andavo bene a scuola, mi hanno mandato a lavorare in un'officina meccanica. Facevo dei giunti con due pezzi di ferro, dovevo lavorare a colpi di lima. Il padrone li guardava controluce: se non andavano bene erano pedate nelle caviglie (un male della madonna!) e allora imparavo.

Io dico che ai giovani bisogna insegnare; ma sono come i cavalli: ci sono quelli che sanno saltare e quelli che no.

A.U.:

Il futuro è fatto di qualità?

P.B.:

Il futuro è fatto di grande qualità. Oggi per arredare una casa ci vogliono decine di milioni e non si può comprare un divano o una poltrona che dopo tre anni non sono più in produzione. Questo è imbrogliare il prossimo. Quando la casa è seria fa dei prodotti di qualità che durano nel tempo.

A.U.:

Per concludere questo nostro incontro, un po' a ruota libera, parliamo dell'ufficio: qualcuno dice che coinciderà con la casa; c'è invece chi dice che la gente non vuole stare da sola in casa a lavorare ma preferisce avere dei contatti umani. Tu, come industriale, che idea ti sei fatto?

P.B.:

Io trovo che l'ufficio deve ritornare caldo e non deve essere un posto dove si fa fatica. Una povera ragazza non può stare otto ore al giorno con la faccia contro una parete dove non le permettono neanche di mettere la foto del moroso, un fiore.

L'ufficio deve essere "a uso e consumo" di chi deve lavorarci e l'azienda deve permettergli di personalizzarlo. Deve sentirsi a casa sua e non schiavo dell'azienda. All'azienda si dà il cervello; ma del resto uno fa quello che vuole, deve potersi esprimere. E se una ragazza

vuol far vedere le gambe va bene perché magari passa uno e le fa un complimento e lei è contenta, lavora più volentieri e produce di più. E con la gente è bello incontrarsi, parlarsi. Se gli uomini non s'incontrano, peggiorano.

Alessandro Ubertazzi, *La qualità è nella testa*. Incontro con Piero Busnelli, in "Habitat Ufficio" n. 37, Alberto Greco, Milano, aprile-maggio 1987, pagg. 60-71.

Piero Busnelli, imprenditore, nel 1973, ha fondato (dopo l'esperienza della C&B con Cesare Cassina) a Novedrate (Como), la B&B Italia; questa azienda è *leader* nel settore dell'arredamento contemporaneo che si distingue a livello internazionale per il design, l'espressività dei prodotti e la qualità delle finiture.

Fin dall'inizio della sua attività, Busnelli ha sentito il processo di modernizzazione e di industrializzazione del Paese come spinta per un'audace sperimentazione e crea, da subito, un dialogo tra la cultura italiana del design e i professionisti a livello internazionale. Negli anni '70, in un momento di grande fermento artistico, B&B Italia assume un ruolo protagonista anche sotto il profilo della comunicazione: Oliviero Toscani firma infatti la campagna di lancio de "Le bambole" (Compasso d'Oro nel 1972) con le provocanti immagini di Donna Jordan, musa ispiratrice di Andy Warhol.

Ancora oggi l'azienda fondata da Busnelli si distingue (sia nelle proposte per la casa sia nel *contract*) per la capacità di confermare e arricchire il suo valore creativo e qualitativo con la proposta di un *life style* unico, che nasce da una molteplicità di prodotti legati alla contemporaneità e dalla coerenza di un progetto globale.

Gaetano Pesce, *Up 5.6* per B&B Italia, 1969.



Kartell



La necessità di cercare altri valori.

Incontro con Giulio Castelli e Michele De Lucchi

Alessandro Ubertazzi:

In questo incontro (che vede contemporaneamente presenti progettista, committente e tecnico dell'impresa), voglio fare la parte del diavolo.

Il grande architetto rinascimentale Filarete ha sostenuto che il progetto nasce ed esiste solo se c'è una madre che lo partorisce e prima ancora un padre che insemmina la madre nel modo corretto.

Poiché in questa metafora la madre è l'architetto e il padre il committente, a me piacerebbe sapere che ruolo ha avuto quest'ultimo nella nascita di questa serie di oggetti; nel caso specifico, esso è un'industria, un'impresa, che chiede qualcosa per il mercato.

Giulio Castelli:

Ho attirato De Lucchi, che ha già lavorato al CentroKappa nel 1977, con l'opportunità di trattare nuovi materiali. Ho sempre avuto la fortuna di possedere uno "specchietto delle allodole" nei confronti del designer: la tecnologia innovativa nelle materie plastiche.

La Kartell ha inoltre un'ottima tradizione nel campo dell'oggettistica da ufficio: il primo cestino da carta di Colombini è del 1963; ci sono stati dei portaoggetti di Manzù e i portacenere di Anna Castelli Ferrieri. Si è trattato però sempre di progetti non coordinati.

Alla Kartell non guardiamo mai molto il mercato ma facciamo le cose che ci piacciono, però sentivamo che era arrivato il momento di proporre una serie articolata di oggetti per l'ufficio e la scrivania.

A.U.:

Mi piace molto l'affermazione che fai di non aver "mai guardato troppo il mercato", sfatando il principio secondo il quale il mercato dovrebbe dettarci le soluzioni per i nostri progetti.

È impensabile che si debba chiedere al destinatario della nostra proposta il senso della proposta stessa: è una mistificazione, un inganno oltretutto un processo illogico sotto il profilo scientifico.

La proposta è compito del progetto; guai se fosse il mercato a proporre le soluzioni e il progettista fosse qualcuno che dà forma a qualcosa che è già latente.

Non possiamo pretendere di ricavare dai destinatari della nostra proposta un suggerimento per stabilire quale essa deve essere. Altri-

menti si innesca un cerchio vizioso: la qualità della proposta scade e si azzerà, perché l'innovazione nasce proprio all'interno del progetto (il progetto è un luogo mentale, in cui converge la sensibilità di tante persone).

Michele De Lucchi:

Io posso dire che tutte le volte che ho cercato di fare qualcosa per vestire quella che mi sembrava un'esigenza del mercato ho ottenuto dei risultati commerciali deludenti.

La tecnologia non è esclusivamente un fatto scientifico, non è matematica.

È più legata alla sensibilità umana di qualsiasi altra espressione artistica, più dell'architettura.

È sempre stata pensata come un fatto assolutamente universale che tutti ritenevano oggettivo e che, affrontato da persone diverse, dovesse dare gli stessi risultati.

Invece è intimamente legato alla sensibilità di chi la applica.

La tecnologia della Kartell è figlia della sensibilità della Kartell.

G.C.:

Mi ricordo ad esempio le "lotte" tra Colombini e l'ingegnere tecnico che diceva sempre "non si può".

A.U.:

Il meccanismo che presiede a questo atteggiamento è caratteristico. Quando il progettista arriva con una proposta nuova (che per definizione è rivoluzionaria e destabilizzante) il tecnico, che ha la funzione di incarnare le "certezze" dell'azienda, non può non essere un po' stupito e soprattutto renitente o preoccupato: a lui conseguono infatti compiti complessi e spesso oscuri. La prima e comprensibile reazione del tecnico allora è quella di dire "non si può", anche se in cuor suo sa benissimo che è vero il contrario.

Io mi sono abituato a ritrovare aspetti profondamente umani in questo rifiuto iniziale.

Guido Barona:

Dipende molto dai termini entro i quali si deve sviluppare il progetto. Se si riconosce che c'è un'innovazione e tutte le fasi del processo produttivo, compresi i tempi, sono adeguatamente aperti, si è portati a cavalcare questa innovazione. Se invece ci sono vincoli tassativi,

sia economici che temporali, si tende ad andare verso soluzioni più conosciute.

La storia delle materie plastiche sta vivendo un momento particolare. Dopotutto si tratta di materiali spesso molto giovani: solo quattro o cinque anni fa, forse, il progetto di De Lucchi non si sarebbe potuto realizzare.

Il salto di spessore che c'è in alcuni pezzi stampati a iniezione sarebbe stato molto difficile da ottenere senza l'ausilio del CAD CAM. Anche se il calcolatore ci dà un'approssimazione solo del 20-30% nella ottimizzazione dello stampo, si sarebbe dovuto rischiare grandi investimenti al buio.

A.U.:

Vorrei che tu, Michele, dicessi qualcosa di più del rapporto che si è creato tra te e la Kartell, una società dalla fisionomia così peculiare.

M.D.L.:

Oltre a questo senso della "tecnologia romantica", (qualcosa da sfruttare per tutte le possibilità che dà), l'approccio che ho avuto con la Kartell e che differenzia molte aziende italiane da quelle straniere è qualcosa che ho sentito subito: un terreno fertile in cui si può seminare.

Un esempio opposto che conosco personalmente è quello della Pelikan. Anche lì avevano bisogno di usare tecnologie raffinate applicate alle materie plastiche.

Però a causa della loro immagine si erano costruiti una gabbia vincolante, in questo senso la tecnologia per loro è spesso un ostacolo piuttosto che un incentivo in quanto è essa che deve essere verificata con l'immagine e non viceversa; tutte le volte che si deve giudicare un nuovo prodotto ci si domanda se esso si adatta o no all'immagine Pelikan.

Non c'è possibilità di uscire da questo perverso meccanismo e alla fine l'entusiasmo per sperimentare o pensare a cose nuove viene a mancare.

G.C.:

Penso che il design italiano sia vivo e vegeto. Rispetto ai designers svedesi degli anni '50 che hanno avuto il loro momento di gloria ma poi non hanno avuto alle spalle strutture capaci di garantire un futuro, qui è sempre esistito un artigianato che è diventato spesso indu-

stria secondo modalità che possono ancora ripetersi in futuro. Anche i designer stranieri da noi trovano possibilità di lavoro che altrove non ci sono.

A.U.:

Il modo di ragionare ricordato da Michele si può definire *marketing-dipendente* ed è un grande freno alla creatività.

M.D.L.:

All'interno dell'azienda che ho citato parlo solo con il direttore marketing e la loro più grande soddisfazione, alla fine, è quando possono dire "quello è un prodotto Pelikan".

L'entusiasmo per l'approccio un po' scavezzacollo che l'industria italiana ha nell'uso della tecnologia e del progetto è sicuramente la molla che ha evitato momenti di debolezza al design italiano.

A.U.:

Vorrei ora che tu parlassi delle motivazioni di ordine pratico e ideologico che ti hanno indotto ad adottare determinate soluzioni per la sequenza di oggetti che hai progettato.

M.D.L.:

Non ho ancora fatto un'analisi della genesi di questo progetto. Ricordo che il primo momento creativo è nato contemporaneamente alla possibilità di usare materiali plastici sperimentandone le potenzialità. L'idea di utilizzare le piccole piastre nasce da una suggestione che viene dal mondo dell'elettronica.

Mi sembrava che fosse il linguaggio più adatto per costruire oggetti per la scrivania di oggi, molto più complessa e legata all'immagine della componentistica elettronica.

G.C.:

Dal punto di vista della realizzazione non è stato semplice. Gli oggetti realizzati con le materie plastiche di solito vengono progettate di spessore costante, cercando di evitare salti e discontinuità.

A.U.:

Questi suoi oggetti hanno colori che li rendono simili a materiali rassicuranti, per esempio al vetro.

M.D.L.:

L'idea di base era quella di dare alla plastica una valenza materica, mentre essa, per molto tempo, è stata usata soltanto in funzione del colore. Qui il colore è stato quasi abbandonato.

La decisione di dedicare le singole parti a funzioni precise risponde alla necessità di gestire il piano della scrivania in modo molto razionale. Ognuno dei singoli pezzi che compongono la collezione ha definizioni di questo genere.

Il computer ha innescato un processo di ordinamento di tutte le parti dell'ufficio che ha coinvolto anche le cose che non sono legate ad esso: il computer è un processo mentale e, come tale, oggi una scatola indifferenziata non basta più perché non consente la gestione di tutte le cose che servono: il computer archivia in modo molto completo e ordinato e allora si pretende la stessa raffinatezza organizzativa attorno al computer stesso.

A.U.:

Vorrei conoscere la tua idea su come potrebbe essere organizzata la scrivania in relazione alle possibilità messe a disposizione dalle materie plastiche. Riscontro tra l'altro la riscoperta del linguaggio tattile della plastica usata a tutto campo. Vorrei anche conoscere i problemi che ti sei posto circa le simbologie che gli oggetti propongono all'interno del paesaggio dell'ufficio.

Il detentore di un certo oggetto invia messaggi da un lato per definire il suo territorio e dall'altro per comunicare le sue valenze personali.

Si parla insistentemente della personalizzazione del luogo di lavoro e gli *status symbol* sono sempre più legati alla manifestazione esteriore della propria persona.

M.D.L.:

Il problema della comunicazione del design mi ha sempre affascinato.

Non mi sono molto preoccupato di ciò che questi oggetti avrebbero comunicato quanto piuttosto di quante cose avrebbero potuto comunicare. Così gli oggetti sono diventati tanti e non ho mai rinunciato a conferire espressione a ognuno di loro. Non sono oggetti indifferenziati, anche se cercano di essere il meno appariscenti possibile.

A.U.:
Secondo me cercano di essere discreti ma con molta personalità.
Esprimono un messaggio di rigore.

M.D.L.:
La mia personalità "nasconde" quella di Memphis. Ad un certo momento della mia vita professionale ho usato il design in modo ironico e provocatorio: un'esperienza legata a un preciso momento storico che adesso si è esaurito, perché oggi c'è la necessità di cercare altri valori che conquistano ma che non devono essere necessariamente provocatori e distruttivi.
Il lavoro con Kartell mi è servito anche per riflettere sulla necessità di catturare l'attenzione, di iniettare fascino negli oggetti che disegno. Se penso alla Blow Up (la poltrona di De Pas D'urbino e Lomazzi degli anni '70, mi viene in mente immediatamente il tipo di vita in Costa Azzurra cui tutti aspiravamo in quel periodo.
Memphis rimanda alla California, a ragazzotti biondi con il surf che se ne fregano di qualsiasi aspetto storico e culturale, pieni di sole e di voglia di vivere.

A.U.:
Non sono completamente d'accordo con questa tua analisi. L'ironia dissacrante che Memphis esprimeva era proprio quella consapevolezza di matrice umanistica in cui il senso della provocazione non era la sciocca adesione a modelli senza riferimento, ma anzi la sistematica destituzione di quei modelli in attesa che ne venissero concepiti degli altri. Io non ho partecipato a quell'esperienza ma nonostante questo mi sono fatto l'idea che Memphis abbia cercato di introdurre nel mondo del progetto il dubbio che tutto non procedesse bene. Adesso che cominciano gli anni '90 sono convinto che tu ti poni nei confronti dell'oggettistica come chi, lungi dall'ammiccare a un mercato che pretenderebbe la radica e il cocodrillo (considerati oggi, a torto, generatori di *status symbol*), vuole introdurre un nuovo modo di pensare il paesaggio funzionale.

G.C.:
Nel concepire il sistema di attrezzature da scrivania, abbiamo lasciato al progettista una grande libertà di scelta.
Sono risultati quattordici oggetti realizzati per iniezione e compressione.

Innovativo è il ruolo di un materiale conosciuto che ha una geometria inusuale nella lavorazione delle materie plastiche.

A.U.:
L'aver dominato quest'aspetto della materia che sembrava ingovernabile, da cosa è dipeso in particolare?

G.B.:
Oggi ci sono dei programmi elettronici che consentono di simulare il flusso delle materie plastiche fuse sospinte all'interno dello stampo prima della sua realizzazione.
Le macchine che si hanno a disposizione per plasmare i tecnopolimeri sono molto più sofisticate, hanno sistemi di controllo molto più accurati e, di conseguenza, il prodotto può essere tenuto molto più sotto controllo di quanto si potesse fare qualche anno fa.
I materiali hanno qualità costante e in più la proposta dei produttori è più diversificata; è possibile ottenere prodotti di base molto più consoni alle specifiche esigenze di ciascun utente.
Nel nostro caso si tratta di miscele di gomme naturali e di termoplastici che determinano materiali di determinata durezza, scorrevolezza e aspetto.
La finitura opaca scelta per gli oggetti evidenzia qualsiasi imperfezione, il trasparente infrangibile è stato complesso da ottenere.
Gli oggetti da terra, che non hanno nessuna conicità e sono totalmente diritti, hanno implicato un notevole studio degli stampi.

G.C.:
Come è evidente non è che la tecnologia sia cambiata, si è però molto perfezionata, consentendo prestazioni nuove.
Di solito i sottomano si fanno in poliuretano mentre noi siamo stati i primi a farli in gomma.

M.D.L.:
Io penso sia arrivato il momento di considerare la plastica un "materiale giovane ma nobilissimo".

A.U.:
Bisogna assolutamente sconfiggere la mentalità della plastica "usa e getta" e apprezzare particolarmente che la Kartell usi la plastica come un materiale che deve durare.

M.D.L.:

Sono convinto che negli anni '90 il tema del rispetto della natura e dell'ambiente sarà centrale nel design e nell'architettura, tuttavia non sarà l'uso del materiale naturale a generare il senso del rispetto della natura ma l'uso equilibrato dei materiali artificiali.

A.U.:

Giulio, come sarà l'ufficio del futuro?

G.C.:

Ormai è assodato che l'ufficio assomiglierà sempre di più a un paesaggio domestico.

Noi alla Kartell siamo sensibili a questi discorsi e abbiamo cercato anche di trasfondere questa filosofia negli oggetti di cui stiamo parlando.

Non abbiamo mai fatto una sedia specificatamente per l'ufficio, se una sedia era bella per la casa era bella per l'ufficio.

A.U.:

In linea di principio concordo pienamente con quanto dici; tuttavia, forse, la sedia per ufficio è l'elemento che richiede effettivamente una progettazione specifica ed è il caso più complesso.

Lo stare in ufficio implica una costante posizione che induce a considerare essenziale il supporto lombare.

Colgo questa occasione per ripetere che considero piuttosto fragile il modo opposto di concepire la seduta per ufficio, l'approccio di tipo tedesco.

Questo alto livello di prestazionalità, questo pretendere troppo dagli oggetti tipico dell'approccio anglosassone secondo me non è la strada convincente. Chiedere troppe cose insieme complica l'oggetto a un livello tale che esso diventa ingovernabile sia per il messaggio che esso deve comunque trasmettere che sotto il profilo tecnico.

I tedeschi sono maestri nel risolvere la complessità con la meccanica (che hanno nel sangue quasi sotto forma di patrimonio genetico) ma alla fine il risultato è stucchevole. Ora lascerei la parola al tecnico.

G.B.:

A mio modo di vedere il posto di lavoro sta andando verso una situazione in cui psicologicamente ed emotivamente il fruitore possa trovarsi a suo agio.

Superfici degli oggetti, colori, materiali, devono concorrere a creare un ambiente sempre più confortevole.

A.U.:

Quasi sempre i desideri influenzano la realtà. Michele, tu cosa desideri che accada in un futuro prossimo nel mondo dell'ufficio?

M.D.L.:

Sono immerso nel mondo dell'ufficio su due fronti: in Kartell e in Olivetti Synthesis, dove sto disegnando un sistema di mobili direzionali con Achille Castiglioni, cosa che per me rappresenta una stupenda occasione.

Da una parte c'è la tendenza a fare mobili molto personalizzati, dall'altra chi usa la scrivania operativa non è mai colui che la sceglie. Io ritengo fondamentale la velocizzazione, indotta dal computer, che si è estesa a tutto: nessuno può sentirsi sicuro del luogo dove lavora. Un altro fatto significativo è che i tempi di lavoro si stanno accorciando. C'è più tempo libero a disposizione e la cultura singola di ognuno di noi aumenterà.

È innegabile che oggi ci sia un'attenzione per la cultura molto più profonda di quanto lo fosse alcuni anni fa.

Da quarantacinque anni stiamo vivendo una situazione di benessere che si riflette sull'ambiente di lavoro, che deve perciò essere più ricco e più appagante.

Personalmente, sono convinto che dal tempo libero nascerà l'ufficio nuovo.

Alessandro Ubertazzi, *La necessità di cercare altri valori*. Intervista a Michele De Lucchi e Giulio Castelli, in "Habitat Ufficio" n .47, Alberto Greco, Milano, pagg.-95, dicembre 1990-gennaio 1991, pagg. 88-95.

Giulio Castelli ha legato il proprio nome a Kartell, azienda nota internazionalmente per la produzione di oggetti e arredi in materiale plastico. Allievo di Giulio Natta, Nobel per la chimica, si è laureato in ingegneria chimica nel 1949. Nello stesso anno ha fondato la Kartell, chiamando a collaborare, tra gli altri, i fratelli Castiglioni, Joe Colombo, Marco Zanuso e Richard Sapper. Dal 1979, accanto all'attività produttiva, ha istituito il Centrokappa (centro di ricerche e sviluppo dell'immagine aziendale) con G. Colombini e la moglie Anna Castelli Ferrieri.

Michele De Lucchi appartiene alla generazione più giovane di architetti italiani di reputazione internazionale. Negli anni del Radical Design, è stato la forza trainante del gruppo Cavart ed è stato tra i fondatori di Memphis, fenomeno culturale degli anni '80 che ha rivoluzionato le logiche creativo-commerciali del mondo del design. Oggi, le attività del suo studio di Milano variano dal design di prodotti industriali, di mobili, di interni alle architetture per uso pubblico e privato. Tra i clienti in Europa ricordiamo Artemide, Kartell, Bieffe, Mandarin Duck e Pelikan. Come consulente dell'Olivetti, De Lucchi è responsabile del design dei grandi *computers*, delle macchine per le banche e dei sistemi di mobili per ufficio. Il suo lavoro ha ricevuto riconoscimenti internazionali quali il "Gute Industrieform", il "Deutsche Auswahl" in Germania, il "Good Design" in Giappone e il "Compasso d'Oro" in Italia.

M. De Lucchi
2009



Michele De Lucchi, *lampada Bonne Nuit* per produzione privata, 2009.



Arte in ufficio?

Incontro con Renzo Bighetti.

Alessandro Ubertazzi:

Tempo fa, quando io stesso ne ero direttore, avevo insistito perché talvolta Habitat Ufficio riportasse qualche servizio dedicato ad alcuni artisti particolarmente vicini ai concetti su cui riflettevo da architetto.

Non a caso il primo che avevo interpellato era stato Lucio Del Pezzo e, poco dopo, Giuseppe Marinelli, essendo quest'ultimo, a differenza del primo, assai più architetto che artista.

Mi sembrava che una rivista come la nostra (che si è occupata prevalentemente di ufficio e ora, giustamente, si estende anche al terziario) potesse essere lo strumento per introdurre, nella cultura dei professionisti e anche dei *managers*, quelle conoscenze che sono indispensabili e preliminari al rapporto fecondo con gli artisti. Avevo la netta sensazione che tutto il mondo del terziario fosse da convincere a una maggiore sensibilità per le arti e per la bellezza. Allora riflettevo a quei momenti della vita nei quali ciascuno di noi ha passato qualche tempo, in una sala d'aspetto, nella sala riunioni o nello stesso ufficio di un professionista oppure negli spazi comuni o nella hall di un albergo: in maniera più o meno appropriata, spesso in essi viene confinata l'arte. Notavo, fra l'altro, come ancora assai lunga e irta di equivoci sia la strada che porta a un maggiore coinvolgimento delle persone sulle tematiche dell'arte, quella vera, non quella delle stampine finto antiche, dei posters dei *teen agers* o dei calendari di Frate Indovino.

Per me l'arte è l'attività che si occupa di comunicare in forma sintetica le pulsioni dell'animo e di consegnarle ai posteri come importante occasione di riflessione. Forse l'arte è il risultato di quel processo creativo in cui la particolare sensibilità di un operatore estrapola dalla realtà quotidiana o dalla vita interiore di una persona gli spunti significativi che possono indurre negli altri un momento di riflessione o delle significative emozioni.

Ma, come artista, qual è il tuo rapporto con l'arte?

Renzo Bighetti:

Più che avere un rapporto con l'arte, posso dire di avere un rapporto costante con la forma, con il costruire qualcosa. Io lavoro praticamente sempre per me stesso ed è per questo che passo da un tema

all'altro; sono le emozioni che provo in un dato momento che mi spingono a fare una determinata cosa.

In un momento della mia vita ho disegnato e realizzato alcune opere molto "dure" che erano evidentemente legate a momenti storici e politici di denuncia o di riflessione. Durante la guerra in Palestina, per esempio, ho plasmato un cavallo il cui cavaliere era caduto. Quel momento della mia vita è stato popolato di cavalli, cavalieri e grandi battaglie.

Perché, a volte, i segni sono così crudi? Perché in alcune sculture gli uomini gridano e le bocche sono così aperte, così espressivamente forti? Perché questo è il momento.

Ci sono state altre situazioni più tranquille, momenti in cui la mia emozione è stata attratta dai fiori, dal mare o da altre cose piacevoli. Ho sempre realizzato opere che, dentro di me, erano legate a qualcosa di ben preciso: si può perfino dire che si trattava di cose "derivanti" da momenti contingenti, cose che poi riscopri subito dopo averle fatte e non sai né perché le hai create né perché improvvisamente hai cambiato segno e soggetto, e ti è venuto in mente qualcosa di così forte. Questi cavalieri urlanti sono disegnati in modo molto forte, con sanguigna e carboncino: essi danno quasi fastidio alla gente normale perché non vuole pensare alla sofferenza: essa viene messa di fronte a una situazione che la fa meditare.

A. U.:

Mi sono sempre posto il problema di occupare intelligentemente i momenti della giornata: non credo infatti che sia davvero interessante o stimolante aspettare il proprio turno dal notaio o addirittura l'ascensore in albergo guardando stampe finte antiche di qualità discutibile e per di più su argomenti banali o inesistenti. Penso che l'attesa sia un'occasione importante per ricevere messaggi significativi.

Che significato ha avuto l'attività artistica per gli spazi dell'hotel Michelangelo a Milano?

R. B.:

La mia prima esperienza all'hotel Michelangelo è stata di tipo pittorico. Avevo conosciuto il proprietario dell'albergo nel mio studio di Levanto; ero poi stato a Milano con il mio campionario di acquerelli, tele, scorci di vita locale, vicoli e alcune vedute dal taglio molto architettonico, stringato ed essenziale; mi è stato chiesto allora se ne

potevo produrre centocinquanta, e così ho iniziato quella avventura. Quando, in un secondo tempo, ho avuto l'incarico di realizzare delle sculture, ovvero di "arredare" tutte le zone di sbarco degli ascensori, mi sono trovato in una situazione molto complessa: in quei luoghi infatti mancava uno "spazio prospettico".

Quando penso un'opera, personalmente tengo presente anche il punto di vista di chi la sta osservando: in questo caso dovevo invece ricordare che chi sta dieci minuti ad aspettare l'ascensore, si guarda in giro non sapendo cos'altro fare. Per catturare la sua attenzione, ho pensato di metterci qualcosa che fosse rilassante e piacevole. L'opera deve coincidere con un segno tuo, dal punto di vista psicologico; esso non può essere un messaggio casuale, un elemento decorativo qualsiasi o una stampa dozzinale.

Ho pensato quindi di "raccontare" delle vicende attraverso alcuni segni molto forti. Ero appena tornato da un viaggio in Africa e mi ero innamorato di alcune radici di un rosmarino locale scavate dalla sabbia del deserto: esse sembrano la rappresentazione di una vita molto contorta e sono già di per sé sculture; io mi sono limitato a pulire ulteriormente quelle radici per raggiungere una forma precisa, un equilibrio che le rendesse proprio perfette; le ho tagliate in determinati punti, ho tolto loro alcune parti più bolse che avrebbero distolto l'attenzione di chi le avrebbe viste. Dallo studio di quelle forme contorte e scavate ho tratto l'ispirazione per una serie di grandi pannelli in legno, di circa due metri per uno. Essi sono stati collocati nello spazio compreso tra due "setti" di granito che doveva suggerire la sensazione di una maggior profondità: queste sculture dovevano essere come dei trompe l'oeil, non delle immagini aggressive. Dopo la serie ispirata all'Africa, sono passato al mio tema preferito, il mare: ho inventato dei grandi dischi che, in realtà, sono come spugne viste al microscopio, con colori e con intrecci particolari per creare profondità diverse fra le parti.

A. U.:

Il problema che ti ponevi era dunque quello di accogliere il generico visitatore fornendogli l'opportunità di fare una piccola riflessione sul momento che fugge, sul tempo, sulla materia, sul colore e sulla forma.

R. B.:

Mi sono riproposto di realizzare degli oggetti piacevoli non solamen-

te da vedere ma anche da toccare. Le diverse sculture dovevano individuare i piani dell'albergo quasi per aiutare il cliente a orientarsi. Ho installato dei "simboli" verticali alla confluenza di due corridoi disposti a "T" quasi a specificare un certo tipo di percorso.

A. U.:

Mi dai così l'occasione per chiederti di parlare di questa tua capacità di passare dalla naturalezza alla suggestione delle geometrie della natura fino all'informale. Prima accennavi alla apparente inesistenza di una tua univocità poetica: in questa tua variabile diversità io stesso riconosco una delle caratteristiche interessanti del tuo lavoro. Ci sono stati dei momenti in cui sei stato maggiormente attratto dalla natura e dalle sue forme e altri invece nei quali sei stato tentato dall'informale; e questo non è dipeso solo dal tipo di interlocutore. L'ampiezza della tua "tavolozza" creativa è certamente frutto di una tua ricchezza interiore piuttosto che frutto dell'adesione a certi schematismi e alcune peculiarità stilistiche che i commercianti, per loro comodità, sono soliti enfatizzare e valorizzare.

Se l'espressione artistica è la rivelazione di un moto interiore (dell'animo o della mente) e comunque la metamorfosi della materia per farne lo strumento di una comunicazione, la invariante metodologica è più importante della maniacale ripetizione di qualche stilema.

Cosa puoi raccontarci di questa tua forte apertura di linguaggio?

R. B.:

Io sono un poeta, un romantico: se sono affascinato da una medusa, devo "farla", perché la mia poetica è il mio modo di essere. Nella vita ho sempre "fatto" ciò che avevo voglia di fare senza guardare a ciò che va di moda: questa consapevole libertà è probabilmente anche la mia forza.

A. U.:

Parlaci del tuo entroterra umano e formativo: quali sono state le tue occasioni di crescita culturale, i luoghi e le persone che hai frequentato?

R. B.:

Nel campo della formazione artistica il mio percorso attraverso il Liceo Artistico e l'attività scultorea a Pietrasanta è stato più visivo che

parlato. Era difficile intrattenere un rapporto diretto con i personaggi che incontravo in fonderia. Molti di essi si interessavano alle cose più degradanti della vita; io, che sono invece una persona allegra, riuscivo a sviluppare rapporti umani solo con coloro che avevano una personalità vicina alla mia. Nei discorsi fra di noi non si entrava mai nel dettaglio delle questioni professionali, forse per una sorta di gelosia fra colleghi.

Se dovessi veramente definirmi in rapporto alle correnti artistiche più o meno ufficiali di oggi, mi definirei piuttosto come un "battitore libero", che rimugina alcune idee, le disegna e le realizza.

Di grande valore formativo è stata l'amicizia con Emilio Bertoni (2). Quando ci siamo incontrati la prima volta sulle questioni dell'arte ho avuto la sensazione che fosse mio fratello più grande: l'ho conosciuto bene attraverso le opere, i disegni e gli scritti che apprezzo moltissimo.

Nei miei studi alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano ho conosciuto fra gli altri Ernesto Nathan Rogers (3) e Vittorio Gregotti (4). In particolare Gregotti mi ha insegnato molto: conservo ancora le sue dispense e, rileggendole in seguito, ho compreso moltissime cose del nostro tempo. Ho conosciuto Dieter Wallaert (5) come pescatore e amico di barca ancor prima che come artista; nel frattempo ho cominciato ad apprezzare moltissimo la sua capacità coloristica: attraverso una gamma di viola, di lilla e di blu, Dieter riusciva a trasmettere straordinarie emozioni di mare.

A. U.:

Il manager spesso vuole collocare alle proprie spalle un messaggio d'arte. Quali sono, secondo te, le sensazioni artistiche che occorrono a un personaggio di quel genere?

R. B.:

Molti managers che si sono rivolti a me hanno scelto opere che potevano essere collocate sia in casa che in ufficio. Credo che essi abbiano comprato le cose che piaceva loro possedere: il messaggio desiderato era la bellezza in quanto tale e, semmai, anche il piacere di godersela in ufficio.

Il genere cosiddetto decorativo di per sé non funziona: chi compra qualcosa è perché se la vuole godere, guardandola con piacere tutte le volte, facendo nuove scoperte ogni giorno. Io stesso ho "riscoperto" alcune opere che avevo realizzato in passato solo perché le ho

guardate per diversi giorni secondo una determinata luce e con diversi stati d'animo.

A. U.:

So che hai realizzato alcune opere che appartengono a quella che io definisco "l'anticamera intelligente" di uno studio, la sala d'attesa di professionista o la *hall* di una istituzione. Hai concepito una interessantissima serie di disegni di cetacei del Mediterraneo; la curiosità di quei disegni consiste nel fatto che, da un lato, essi riprendono il metodo classico con cui si affrontano simili temi, d'altro canto, il soggetto è insolito e incuriosisce realmente per qualche attimo colui che li osserva.

R. B.:

Ho pensato di favorire in modo gradevole la conoscenza di questi animali poco noti. Li ho disegnati con la matita grassa verificando sui libri le loro esatte caratteristiche scientifiche.

A. U.:

Come scultore e come artista quali sono i materiali che ritieni adatti per i diversi tipi di ufficio, ad esempio quello della dattilografa, della segretaria o del dirigente: cosa si può fare per rendere meno anonimi taluni di questi luoghi?

R. B.:

I materiali devono essere piacevoli: le persone che stanno sedute otto ore dietro una scrivania spesso disponendo della sola luce artificiale hanno bisogno di un luogo divertente e ben colorato. Nelle mie sculture ho inserito molto colore per sottrarre grigiore alla materia. Quando ho frequentato la Facoltà di Architettura ho fatto una prima serie di disegni su Milano; in essi avevo trasformato i grigi della città in una sequenza di superfici coloratissime e mediterranee; non potevo sopportare quei grigi. In quel periodo a Milano c'era una nebbia densissima, e io non sapevo cos'era la nebbia...

Milano mi piace molto, amo i suoi monumenti, le piazze, gli interni, i giardini bellissimi sopraffatti talvolta dai forti colori artificiali delle insegne pubblicitarie come a Las Vegas... A me, che venivo da un paese affacciato sull'alto Tirreno, Milano aveva fornito sensazioni forti e i quadri di quel periodo riflettono effettivamente quelle impressioni.

A. U.:

Come vedi l'ufficio del dirigente intermedio?

R. B.:

Il suo ufficio deve essere al contempo rappresentativo della persona e della stessa azienda.

A. U.:

Quale potrebbe essere il messaggio artistico adatto a un dirigente d'azienda?

R. B.:

Qualcosa di forte che possa rappresentare il suo potere, la sua cultura e la sua sensibilità: ad esempio una scultura sul tavolo.

A. U.:

Se tu dovessi progettare l'ufficio di un notaio da che parte incominceresti per sconfiggere l'exasperante ovvietà che, in genere, ritroviamo in questi spazi?

R. B.:

Negli uffici dei notai ci sono sempre stampe antiche di soggetti greci o romani, al massimo un mobile inglese e semmai in stile impero. I notai credono fortemente nella cultura classica: bisognerebbe invece dare loro qualcosa di più moderno, brioso e colorato.

A. U.:

Per te è possibile trasformare i luoghi comuni in luoghi piacevoli?

R. B.:

È soprattutto indispensabile farlo. È difficile entrare ogni giorno in ufficio; per questo occorre anche installarvi qualcosa di piacevole e di forte, un segno di appropriato livello culturale alle persone che stanno tutto il giorno dietro a una scrivania: questo infatti aiuta a sentirsi a proprio agio. Per l'ufficio farei oggetti particolari, dei simboli, dei segni, troverei nuovi modi piacevoli di star seduti vedendo cose interessanti... Si può immaginare una hall d'albergo disadorna? In realtà, essa ha bisogno di segni forti sulle pareti...

A. U.:

L'hotel Michelangelo nel quale hai profuso la tua opera lungo un ampio periodo di tempo rappresenta un fortunato caso di come l'intervento architettonico abbia saputo coniugarsi con l'espressione artistica. Non sarebbe giusto che, nei luoghi pubblici, continuasse ad applicarsi la famosa regola della "percentuale" dedicata all'opera d'arte?

R. B.:

Tutti i luoghi pubblici (ma non solo quelli) dovrebbero proporre delle opere d'arte che li abbelliscano, che li rendano più piacevoli e al tempo stesso più ricchi di significati. Le banche investono normalmente in arte; questa, però, viene incettata come forma di investimento e, semmai, va spesso a finire nei caveau e negli uffici dei dirigenti. C'è un gran bisogno di avere cose belle, perché la gente le veda e cresca osservandole.

Ultimamente si riscontra molto interesse per le città d'arte; anche i bambini vengono istruiti e portati a conoscere l'opera di Masaccio e di Giotto.

Le città stanno investendo molto sull'arte, in futuro occorrerà investire anche nelle scuole, nelle piazze, nei locali di ritrovo e nei luoghi del lavoro.

Alessandro Ubertazzi, *Arte in ufficio?* Incontro con Renzo Biggetti, in "Habitat Ufficio" n. 110, Alberto Greco, Milano marzo 2002, pagg. 66-70.

Note.

1.

Testo raccolto da Nicoletta Wojciechowski.

2.

Emilio Bertoni, critico d'arte moderna e gallerista (Levanto 1934 - Milano 1981). Ha studiato alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano; è stato fra l'altro assistente ai Corsi di Estetica del Prodotto Industriale e di Storia dell'Arte con Franco Russoli; nel 1962 ha aperto la Galleria del Levante a Milano e poi, nel 1966, anche a Monaco di Baviera. Fra i grandi meriti di questo significativo uomo di cultura, la sco-

perta e la valorizzazione della pittura germanica e austriaca fra le due Guerre.

3.

Ernesto Nathan Rogers, professore architetto (Trieste 1909 - Gardone (Brescia) 1968). Ha frequentato il liceo classico Parini di Milano dove ha conosciuto Gianluigi Banfi e Lodovico Barbiano di Belgioioso; con questi consegue la laurea in Architettura nel 1932 e poi costituisce il famoso studio professionale B.B.P.R. È noto il suo impegno per la divulgazione dell'architettura moderna. Dal 1935 lo studio è membro del CIAM (Congresso Internazionale Architettura Moderna); dopo la guerra, lo studio realizza molti importanti interventi architettonici e urbanistici che ancora oggi contribuiscono a caratterizzare il volto della città di Milano, come ad esempio la Torre Velasca (1958). Di particolare rilievo l'attività pubblicistica e didattica: direttore di "Domus" (1946-1947) e di "Casabella-Continuità" (1953-1964), è stato docente presso le Facoltà di Architettura di Milano e di Venezia.

4.

Vittorio Gregotti, architetto, urbanista e saggista (Novara 1927). Dopo la laurea in architettura collabora con "Casabella-Continuità", sotto la direzione di Ernesto Rogers. Dal 1955 al 1960 opera con lo Studio "Architetti Associati" e ha firmato e tuttora progetta molti importanti edifici in Italia e nel mondo. Impegnato su diversi fronti (Biennale di Venezia, direzione di "Casabella", insegnamento); è autore del fondamentale testo "Il disegno del prodotto industriale. Italia 1860-1980", edito nel 1982.

5.

Dieter Wallaert, artista (Zoppot (Danzica, Polonia) 1935 - Palma di Maiorca 1988); Ha vissuto a Brema e Worpswede, in Germania; dal 1951 al 1955, ha frequentato l'Accademia a Brema. Nel novembre del 1959 si trasferisce in Italia dove ha risieduto a Levanto (La Spezia) e a Parma. Nel 1957 ha vinto il primo premio per "Giovani artisti della Germania del Nord". Nel 1958 è stato classificato terzo al premio Marzotto. Ha partecipato a molteplici mostre nel mondo; sue opere si trovano in collezioni private e pubbliche in Inghilterra, Germania, Brasile, Italia, Stati Uniti, Perù e Francia.



Renzo Bighetti, *Sarde con limoni*, bronzo pezzo unico della serie "Piatti d'Italia", Levanto, 2010.

Renzo Bighetti, scultore.

Dopo essersi diplomato al Liceo Artistico di Carrara, ha frequentato la Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano. Dal 1970 divide il suo tempo fra Levanto, dove svolge anche attività di gallerista e Milano dove ha uno studio. Dal 1970 presta la sua opera di artista all'hotel Michelangelo di Milano con opere pittoriche e sculture. Noto per la sua attività di sub grazie alla quale ha trattato importanti *reportages* di livello mondiale: sue opere sono state acquistate da Mondo Sommerso Foto Club e da Foto Sub Cuba per Sesto Continente. Nell'area ligure dove risiede, svolge attività di recupero di costruzioni storiche e di architetture spontanee. Collabora frequentemente allo studio e all'allestimento di scenografie per grandi mostre internazionali.

Ha partecipato a numerose mostre collettive. Sue opere figurano in collezioni private in Italia, Svizzera, Germania, Inghilterra, Francia e Stati Uniti.



I nuovo complesso della Toyota Motor Italia.

Incontro con Shigeru Iwakiri

La nuova sede della Toyota Motor Italia a Roma, strategicamente ubicata tra il Grande Raccordo Anulare e l'autostrada Roma-Fiumicino, è armoniosamente appoggiata a una collina e dialoga perfettamente con il paesaggio circostante.

Grazie a soluzioni architettoniche particolari, che tengono in considerazione la tradizione (rappresentata dal contesto culturale offerto da Roma e dalla sua storia millenaria) e la modernità (rappresentata dall'idea di progresso nel pieno rispetto dell'ambiente di cui Toyota si fa portatrice nel mondo), la principale valenza espressiva della nuova sede italiana della Toyota risiede comunque nella relazione reciproca fra le strutture di cui essa è composta. La mancanza di gerarchie fra i diversi volumi e l'equilibrio fra i differenti elementi costitutivi connotano infatti le linee architettoniche del nuovo complesso.

È stato concepito nello Studio Kenzo Tange Associates (rappresentato da lui in Italia).

Ho incontrato Shigeru Iwakiri per comprendere il modo in cui egli concepisce la progettazione di un edificio destinato al terziario; in una conversazione piuttosto informale e molto colloquiale egli ha così risposto ad alcune domande.

Alessandro Ubertazzi:

Qual è stata la tua formazione? E quali le tue esperienze professionali?

Shigeru Iwakiri:

Mi sono laureato in architettura nel 1987 in Giappone prima di giungere in Italia grazie a una borsa di studio: ho seguito alcuni corsi di specializzazione a Venezia e poi mi sono trasferito al Politecnico di Milano. Terminati gli studi ho iniziato a lavorare presso lo studio di Kenzo Tange in cui ho trascorso dodici anni; negli ultimi sei anni sono stato il principal artist dello Studio, seguendo tutti i lavori del "maestro" in Italia, tra cui la nuova sede della BMW a San Donato Milanese, il terzo palazzo della sede della Regione Emilia Romagna a Bologna, il progetto preliminare di PRG di Isole e di Sesto San Giovanni. Oggi ho aperto un mio studio ma continuo a essere consulente di

Shigeru Iwakiri, Sede Toyota Motor Italia, Roma, 2002.

Kenzo Tange. Da quest'anno, poi, collaboro con la Toyota in Italia, di cui ho anche seguito il progetto della nuova sede a Roma.

A.U.:
Cos'è per te un "edificio per uffici" oggi? Cosa deve dire all'esterno e che cosa deve risolvere all'interno?

S.I.:
Il mio concetto di architettura si riferisce a quello del mio maestro Kenzo Tange: la bellezza di un edificio si basa sulla sua struttura e sulla sua funzionalità. In realtà mi importa relativamente poco della forma delle finestre o della finitura delle facciate. Per quanto riguarda la funzionalità, in Italia ho imparato molto; qui, ad esempio, sono presenti i migliori prodotti tecnologici. Mi interessano molto la tecnologia, la gestione dei costi di manutenzione e la corretta definizione della superficie utile interna; molto meno mi interessa la forma.

A.U.:
Anche io non credo che sia necessario caricare eccessivamente di forma l'edificio; l'importante è che, nella qualità globale interno-esterno e nella sua raffinatezza, l'edificio corrisponda alla qualità dello spazio interno. Probabilmente ciò che fa oggi l'ufficio è la qualità. Anche secondo te l'ufficio è la punta di diamante del nostro sistema economico? È forse vero che l'ufficio corrisponde al modo di abitare più evoluto, più della casa?

S.I.:
Oggi mi interessa molto il life cycle cost dell'edificio, un concetto che sto affinando: è infatti molto più importante conoscere il costo di mantenimento di un edificio piuttosto che quello di fabbricazione. Basandomi su questo concetto, non possono nascere edifici particolari ma molto semplici e naturali.

A.U.:
Questo tuo discorso è davvero interessante; effettivamente uno dei grandi problemi, oggi, è di comprendere e pilotare quello che sarà il costo di un edificio nel tempo. Hai ragione quando affermi che la semplicità è importante e quasi indispensabile. In riferimento alla *corporate identity* della Toyota, qual è stato il *brief* del tuo cliente in

rapporto a questa nuova *head quarter*?

S.I.:
La Toyota è un'azienda che sta crescendo molto in Italia tanto che, a livello di percentuale, rappresenta il suo miglior mercato al mondo. Le altre case automobilistiche straniere sono cresciute molto più lentamente e, pertanto, hanno avuto più tempo per impostare strategie e studiare l'aspetto commerciale. Ho iniziato a occuparmi del progetto della nuova sede centrale di questo gruppo nel 2000: si trattava di un lavoro progettato e realizzato dalla Takenaka Corporation, importante impresa giapponese che, non avendo molta esperienza in Italia, ha avuto non pochi problemi; per questo motivo essa aveva incaricato lo Studio Tange (di cui ero il rappresentante in Italia) di gestire sia gli aspetti burocratici che di risolvere alcuni aspetti tecnologici (in realtà il progetto non era direttamente realizzabile in quanto non era stato risolto correttamente il problema del taglio termico delle grandi vetrate).

A.U.:
Qual è oggi l'ambiente dell'ufficio? Se tu dovessi darne una definizione, cosa chiameresti "posto di lavoro"? Cosa succederà in futuro?

S.I.:
Io non credo che, in futuro, gli open-spaces (in cui centinaia di persone lavorano assieme) sopravvivranno; e ciò a causa dell'avanzamento della innovazione tecnologica. Certo, in Giappone ci sono molti open-spaces ma, in Italia, le persone sono molto più individualiste.

A.U.:
Certamente la cultura orientale abitua le persone a una forte introspezione; ognuno, se vuole, riesce a isolarsi anche dalla confusione. In Italia, invece, la gente non è abituata a questo modo di comportarsi.

S.I.:
In realtà, non è questione di essere o meno capaci, è piuttosto una questione di mentalità. È proprio la mentalità che influisce sulla definizione dello spazio: noi giapponesi ci muoviamo in gruppo, il singolo non conta. Per noi conta il nome del gruppo e dell'azienda, non il singolo che lavora per quella azienda.

A.U.:

Hai accennato al problema della manutenzione dell'ufficio. Ti sei posto qualche volta il problema del *disassembling*, quando l'edificio cambia funzione?

S.I.:

Il mio edificio in acciaio è davvero smontabile mentre, se fosse in pietra, non lo sarebbe.

In generale, nei pavimenti di moquette a riquadri, i primi guai si riscontrano dopo un paio di anni: essi cominciano a sollevarsi. In realtà sarebbe preferibile utilizzare teli unici anche se, in caso di modifiche o di manutenzione, occorrerebbe sollevare tutto il pavimento. Questi problemi non accadono quando si utilizzano pavimenti galleggianti. Lo stesso discorso vale per i controsoffitti in cartongesso. In un edificio moderno gli impianti e i cablaggi sono più vincolanti degli aspetti architettonici. Credo che l'architetto debba seguire il progetto dell'impiantista.

A.U.:

Quando pensi una architettura ti pensi "dentro" a essa? Guardi fuori dalla finestra del tuo progetto? In altri termini, l'architettura la guardi da dentro o da fuori?

S.I.:

Io, prima schizzo e poi realizzo un plastico; penso contemporaneamente l'interno e l'esterno. Tange diceva sempre: «Se tu hai difficoltà a realizzare il plastico avrai difficoltà nella realizzazione del progetto».

A.U.:

Quali sono i materiali che ti interessano maggiormente?

S.I.

Ho sempre utilizzato alluminio, vetro e legno. La pietra la uso poco. Da quando sono in Italia utilizzo molto le ceramiche.

A.U.:

Parlami delle ceramiche.

S.I.:

I materiali italiani sono i più avanzati del mondo. Per costruire gli show-rooms e le sale di esposizione pretendo una sola tonalità di materiale. Utilizzando una pietra naturale ciò è impossibile. Uso molto la ceramica anche per gli interni degli uffici in quanto la moquette induce allergie nei fruitori. In tutti gli edifici che ho progettato e realizzato in Italia ho sempre utilizzato ceramica.

Alessandro Ubertazzi, Il nuovo complesso della Toyota Motor Italia, Incontro con Shigeru Iwakiri, in "Habitat Ufficio" n. 118, Alberto Greco, Milano, luglio 2003, pagg. 64-71.

Shigeru Iwakiri si laurea in architettura nel 1987 in Giappone e successivamente segue alcuni corsi di specializzazione a Venezia per poi trasferirsi al Politecnico di Milano. Qui, terminati gli studi, lavora per dodici anni con Kenzo Tange e diventa *principal artist* del suo studio, seguendo tutti i lavori del "maestro" in Italia. Tra questi: la nuova sede della BMW Italia a San Donato Milanese, il terzo palazzo della sede della Regione Emilia Romagna a Bologna, il progetto preliminare di PRG di Iesolo e di Sesto San Giovanni. Oggi ha aperto un suo studio ma continua a essere consulente di Kenzo Tange.



Una sensibilità fine e forte.

Colloquio con Aldo Cibic

Alessandro Ubertazzi:

Puoi fare un accenno sulla tua formazione? Come si forma Aldo Cibic? Che tipo di percorso hai compiuto? Quali sono i tuoi maestri, gli episodi salienti che fanno di te il personaggio che sei oggi?

Aldo Cibic:

Devi sapere che, da sempre, ho una particolare sensibilità estetica; se oggi mi ripenso bambino, resto io stesso impressionato dall'attenzione che mettevo già a tre anni e mezzo nell'osservare le cose e a volerle in un certo modo. Un esempio: andavo a giocare a calcio con la cravatta tenuta da un elastico e con i gemelli d'oro, non perché mi vestissero così i miei genitori, ma perché io volevo vestirmi così.

A diciassette anni ho incominciato a fare l'arredatore, senza sapere niente di design, nella casa in cui vivevo con mio fratello e mio padre: quest'ultimo era sempre via per lavoro. Comprai la sedia Kandinsky di Marcel Breuer che mio padre considerò la più scomoda che avesse mai provato; acquistai il sofà Banks di Ralph Haider prodotto da De Padova che era, all'epoca, considerato un oggetto di status; non riuscii però a farmi comprare la chaise longue di Eames. Mi piaceva l'arredamento. In quegli anni facevo il liceo scientifico anche se non ero uno studente modello. Dopo il liceo sono andato a fare la Scuola Politecnica di Design di viale Monza a Milano.

Al secondo anno lavoravo già per la Naro (che aveva dei negozi a Vicenza e Padova) e li conobbi Carlo Scarpa e molti degli intellettuali di quel periodo. In seguito ho conosciuto per caso la nipote di Barbara Radice. Seppi da lei che l'uomo che stava con sua zia si chiamava Sottsass: conobbi Ettore a diciannove anni a casa di Barbara.

Iniziai a lavorare nello studio di Sottsass in via Manzoni a Milano.

In seguito, ho lavorato con Michele De Lucchi, Matteo Thun e Zanini che, all'epoca, erano ancora studenti, nello studio in via Borgonuovo dove Sottsass aveva creato una società con Andrea Branzi e Clino Castelli.

Cominciai il mio lavoro da zero e, nell'Ottanta quando fu fondata la "Sottsass e associati", tutti noi vi entrammo come soci alla pari. Eravamo cinque soci ma uno lasciò quasi subito lo studio e così restammo in quattro.

A quel tempo lo studio partì praticamente da zero; con la nascita di Memphis, nel 1981, iniziavano piano piano a giungere i primi lavori per Fiorucci e per Esprit. L'esperienza fu "traumatizzante"; per anni mi trovai a dover affrontare progetti per i quali, almeno in teoria, non ero assolutamente all'altezza. Sottsass ci mandava in giro per il mondo a "fare delle cose" anche se non sapevo nemmeno parlare inglese e disegnare.

Andavo a fare il negozio di mille metri quadri di Fiorucci ad Amsterdam con problemi di tutti i tipi. Arrivavo alle riunioni sudando, iniziavo a parlare in inglese e mi ingarbugliavo. Fu un periodo davvero da pionieri, ma nel 1985 eravamo uno studio composto da quaranta persone.

Lavorare per Esprit mi permise di crescere tantissimo perché in quattro anni seguii lavori per ottanta miliardi di lire di allora.

La grande lezione di Sottsass è stata quella di non lasciarti mai specializzare in qualcosa ma di considerare sempre l'approccio culturale come la costante del lavoro per entrare poi, volta per volta, nelle specificità del progetto. Ricordo che, una volta, dovendo progettare una macchina da caffè per la Faema mi trovai a fare delle notti in bianco perché dovevo affrontare un progetto caratterizzato da parti meccaniche di cui non sapevo nulla. Alla fine la disegnai e anche bene. Come ho detto, queste esperienze (per certi versi traumatiche) sono state basilari.

Dal 1982 al 1989 abbiamo raggiunto il massimo successo perché eravamo chiamati in tutto il mondo ed eravamo entrati nei musei, nelle gallerie d'arte, nelle pubblicità.

A un certo punto i personaggi che Memphis aveva attratto a se, iniziarono a percorrere la loro strada; anche io mi trovai così ad andare verso un percorso completamente diverso da quello di Sottsass. Nell'89 uscii dallo Studio perché le mie idee erano in completo contrasto con il suo pensiero. Pensa che, dopo dieci anni, una volta avvenuto il disgelo, Sottsass era arrabbiato con me non tanto per delle cose specifiche accadute sul lavoro ma perché avevo realizzato la Standa. E cioè non per il fatto che gli avessi "soffiato" un lavoro ma perché quel lavoro era totalmente contrario al suo pensiero. In quegli anni vivevo e lavoravo in un ambiente in cui chi aveva qualcosa di diverso da dire, veniva immediatamente attaccato tanto che, se nel 1985 mi fossi comprato un mobile antico, sarei stato tacciato d'eresia; quando misi un pavimento di legno nel loft in cui vivevo mi venne detto che ero un "borghese".

A quel punto della mia vita iniziai un percorso lavorativo diverso: in tutti quegli anni di lavoro sentivo una "mia Memphis" non di rottura, una Memphis armonica.

La mia visione è sempre stata volta a "togliere" in un progetto, mentre la visione di Sottsass era orientata "aggiungere". Io sono orientato all'archetipo ideale. Sono orientato verso progetti che non urlano, verso una "cosa" che sembra che sia sempre esistita, che la vedi in un posto e sei contento che ci sia e sei contento perché è simpatica in quel modo lì e in quel posto lì.

Io ho sempre cercato una armonia di misure, ho cercato di formulare proposte magari anche impreviste, come nel caso di Memphis, ma non oltraggiose, non provocatorie.

A.U.:

Ho sempre sostenuto che quello che mancava al razionalismo era il non aver ricompreso l'armonia e la bellezza per le esigenze fondamentali dell'uomo.

A.C.:

Sottsass le radicalizzava, voleva che l'oggetto provocasse delle sensazioni; si avvicinava troppo all'opera d'arte. Al contrario di Giò Ponti, la sua idea di oggetto e di arredo consisteva nel produrre una situazione definitiva. La libreria Karlton non puoi immaginarla con un libro appoggiato. Sottsass metteva insieme le cose significativamente, non casualmente.

Quando Mendini è entrato più nel concettuale, Sottsass, da moralista qual è, non lo accettò e lo vide come una "cattiva compagnia"; per lui Mendini era uno che non voleva fare delle cose. Sottsass invece è uno che i compiti li sa far bene, i disegni li fa bene fino in fondo, che non prende la frase di un poeta, la mette lì e se la cava in quel modo.

Mendini è un decoratore di superfici che, fra l'altro, non ha mai negato d'esserlo; Sottsass metteva invece insieme una serie di elementi stabilendo fra gli stessi una tensione così tremenda che, alla fine, tutto veniva caricato di significato.

A.U.:

Io stesso, che non ho avuto un rapporto diretto con Sottsass, lo considero comunque come uno dei miei grandi maestri impliciti e, onestamente, anche a distanza di anni, non posso non lodare l'estremo rigore della sua ricerca e la determinazione con la quale è andato in

fondo ai problemi. Anche nel dibattito culturale Sottsass era di una precisione assoluta, di una folgorante lucidità; era dotato di una grandissima capacità di convincimento.

Ettore, il grande trasgressore, mi è sempre sembrato uomo di meticolosa cultura e di straordinaria precisione.

A.C.:

Iniziando a lavorare da solo, continuai a credere nella multidisciplinarietà, occupandomi di grafica, di design, di allestimenti, d'architettura. La multidisciplinarietà è una peculiarità tutta italiana che, all'estero, ci viene molto apprezzata.

La capacità di vedere un problema progettuale a tutto tondo rientra nel divertimento di questo mestiere; essa ti abitua a far sí che tutto quello che fai sia un'estensione del tuo modo di vedere le cose; lo fai coincidere con la tua vita.

Anche per Ettore era così; non ha mai mollato per il denaro, neanche una volta, guardando sempre al massimo della capitalizzazione del proprio lavoro. Voleva che le cose fossero fatte e rifatte, senza cadere mai nell'autoindulgenza. In fondo, la stessa cosa si può dire anche per Mendini e per Branzi, anche se in maniera più accentuata per il secondo.

Devo dire che quando lasciai Sottsass, e ci fu un periodo di gelo fra noi, la persona più carina nei miei confronti fu proprio Andrea Branzi il quale, in modo molto simpatico, sosteneva di essere stato lui a scoprirmi.

Devi sapere che, nel lavoro, Ettore rivestiva la figura di un padre; avere l'approvazione di Branzi (che Ettore stimava tantissimo) mi serviva come garanzia per una possibile mediazione.

A.U.:

Quali sono gli elementi fondamentali della tua poetica.

Come la descriveresti a un potenziale cliente in termini di differenza rispetto agli altri?

A.C.:

In questo lavoro ci sono due tipi di persone: chi lo sente dentro e chi ha studiato e lo fa ma non ha capito niente. Io mi sento molto "animale" nella gestione dello spazio, perché il vero problema è quello di capire le persone, di capire quello che vogliono ovvero come intendono rapportarsi con lo spazio che li circonda quando andranno a la-

vorarci o a viverci. Se vuoi far star bene qualcuno, devi prima di tutto capirlo. Viceversa, spesso, molti professionisti miei colleghi, progettano più per lo status del loro cliente, che per la "vita vera" che lo stesso andrà a compiere in quello spazio. La vita vera è un'alchimia molto divertente, molto particolare; devi avere un immenso amore e un'autentica qualità d'interpretazione.

Posso riassumere il tutto con alcuni concetti chiave: il primo consiste nell'addomesticare i posti; il secondo coincide con l'idea di creare della vitalità attraverso la produzione di spazi semplici, ma non minimalisti, che però siano contaminabili. L'ipotesi della contaminazione consiste nel fatto che, per principio, non accetto che un posto non raggiunga una sua "anima", una sua identità: in ogni caso questa deve essere sempre messa a confronto con l'essere umano che, in fin dei conti, la fruisce.

Non esiste uno spazio senza un uomo che lo misura e gli da un senso. Se penso ad esempio agli spazi progettati da Wright resto emozionato anche a partire dalla qualità che egli ha messo in ogni dettaglio costruttivo.

In sostanza è come nell'insegnamento, quando fai diventare più bella la gente.

Ti trovi ad avere un piccolo dono e ad essere a tua volta un medium per fare quella determinata cosa. Non ti devi sentire più bravo o più bello ma quel dono lo devi mettere a frutto per trasformare "delle cose".

Il fatto che una persona possa godere di quello che tu hai fatto è per me il massimo che si possa chiedere a questo lavoro; riuscire a fare ciò dipende da quanto tu riesci a capire cosa ha una persona dentro; infatti, se tu sei fatto in un modo, è possibile che ti piaccia una determinata cosa. La professionalità è la sensibilità che tu puoi dare al progetto.

A.U.:

Parliamo ora di materiali, di tecnologie, di presente e di futuro, della loro appropriatezza.

A.C.:

Abbiamo un lavoro difficilissimo, pieno di problemi e di responsabilità. La sfida interessante (anche se, in Italia e soprattutto nelle scuole, non viene affrontata in modo serio), è l'estetica dell'heavy duty. In America, nelle sale cinematografiche e negli autogrill, l'estetica di

tutto quello che ti circonda nasce dalla necessità di progettare oggetti specifici per quegli ambienti e in grado di resistere all'uso intensivo; un esempio è il portasapone liquido della Bobrick che costa più degli altri ma è fatto bene e con un bel disegno.

Spesso si assiste alla mancanza assoluta di cognizione da parte del professionista che, ad esempio, progetta bagni pubblici che non si possono pulire facilmente perché evidenziano spigoli vivi che diventano facilmente ricettacolo di microbi.

La sfida consiste nel partire da una visione propria delle cose, seguire la propria poetica soddisfacendo comunque il grande pubblico ma, nel contempo, conciliare i costi, l'estetica, la durata e la facilità di fruizione; è qui che scopri una grandissima mancanza di offerta di prodotti e materiali.

A.U.:

Lo spazio pubblico richiede prestazionalità altissime, solo i tedeschi hanno affrontato il tema, senza però quella raffinatezza e lo stile necessari secondo la via latina al benessere.

A.C.:

In Italia puoi vedere un cestino della spazzatura in lamiera verniciata posto in riva al mare che dopo sei mesi è completamente arrugginito. Non c'è l'idea, non c'è l'ideologia e non c'è l'esperienza comune sulla qualità prestazionale.

A.U.:

Come giocano il materiale e il colore nella tua poetica?

A.C.:

L'esperienza della catena di negozi Esprit, in cui non avevamo né limiti di budget né limiti stilistici, a quei tempi mi portò a credere che quella fosse la norma.

La realtà invece è che spesso ti trovi a operare con i limiti di budget imposti dal cliente: a volte, questi ti fanno pensare di rifiutare il lavoro. La sfida creativa implicita che nasce da queste situazioni, però mi affascina; è come la "fame che aguzza l'ingegno". Questi limiti imposti ti portano a capire "di più" e a far entrare in campo tutta la tua poetica e il tuo lato artistico, trovi delle soluzioni, che nascono come escamotage ma che, di fatto, hanno una verità e una sincerità più fine, più forte.

Ogni progetto è una sfida per creare un feeling, un'emozione, che generi vitalità, identità e senso di appartenenza. Il problema quindi non è di fare le cose più o meno grandi, ma di saper creare sempre quell'elemento in grado di far sorridere e di conferire emozioni. La cosa importante è essere contenti di quello che hai fatto, è sapere che il fruitore ha una piccola gioia perché quel posto gli ha lasciato qualcosa che si porterà nella sua vita. Occorre così capire quali sono gli elementi che generano quelle emozioni e riuscire a portarli avanti nonostante tutti i problemi che nascono durante la fase di progetto e di realizzazione.

Alessandro Ubertazzi, Una sensibilità fine e forte, Colloquio con Aldo Cibic, in "Progettare" n. 10, Tecniche Nuove, Milano, luglio 2003, pagg. 76-8

Troppo spesso vedo tanta finta funzionalità.

Intervista ad Aldo Cibic

Alessandro Ubertazzi:

Cosa sono per te l'ufficio e il terziario di cui ti occupi da sempre come progettista di oggetti e di spazi? Quali sono i problemi che tu hai percepito di questa realtà che noi definiamo, così genericamente, terziario e, in particolare, l'ufficio?

Aldo Cibic:

Quello che mi sconcerta è come si continui a cambiare teorie per produrre nuove cose; per me è difficile trovare in queste teorie qualcosa che mi piaccia e che corrisponda a quello che sento e penso. Io, la storia dell'ufficio la vivo più attraverso ciò che sento che attraverso quello che riesco a fare. Il mio problema è il controllo dello spazio, come tenerlo insieme, conoscere le relazioni tra i diversi spazi, riuscire a evitare il senso di smarrimento al futuro fruitore. Spesso mi accorgo che vale più l'estetica della funzionalità, che mi appaga più la bellezza della praticità, anche come necessità esistenziale. Troppo spesso, invece, vedo negli uffici tanta finta funzionalità talmente evidente da farmi sorridere.

A.U.:

Quando con il n. 47 ho lasciato la direzione di "Habitat Ufficio" mi ero accorto che l'ufficio si stava "intorcinando", incartandosi su questioni marginali che avevano fatto perdere di vista la realtà essenziale del problema tanto ai progettisti quanto ai costruttori di attrezzature.

A.C.:

Una cosa che mi è sempre piaciuta è la smitizzazione dell'ambiente ufficio attraverso, ad esempio, il concetto di domesticità non inteso come moda bensì come possibilità di portare un pezzo della propria vita privata nel luogo del lavoro. Non credo che i colori diano fastidio; credo nei tavoli multiuso nei quali, da una parte, mangi e, dall'altra, hai il computer per lavorare.

Ciò che mi interessa è comprendere i processi di gestione di quello che hai a disposizione nell'ufficio. Di come, all'interno di uno spazio di lavoro, i comportamenti del leader modellano in maniera positiva le persone che gli stanno intorno, attraverso l'emulazione. La leader-

ship deve riuscire a comunicare dei valori positivi sia nel modo in cui ciascuno decora lo spazio, sia nel modo in cui egli si comporta. Credo che il leader debba gestire l'assetto di un gruppo in termini "prossemici".

Alessandro Ubertazzi, Troppo spesso vedo tanta finta funzionalità, Intervista ad Aldo Cibic, in "Habitat Ufficio" n. 120, Alberto Greco, Milano, novembre 2003, pagg. 62-67.



Aldo Cibic, *Hotel Santa Giulia* con negozi e uffici, Milano, 2007.

Aldo Cibic, architetto e designer, si è formato a Milano sotto la guida di Ettore Sottsass. Ancora giovane, infatti, si è trasferito nel capoluogo lombardo diventando nel 1980 socio della "Sottsass Associati", insieme a Matteo Thun e Marco Zanini, e di "Memphis" negli anni che seguono. Gli anni Ottanta coincidono con le fasi della sua massima sperimentazione nel design e nell'architettura e di maturazione stilistica.

Sul finire del decennio, Aldo Cibic ha ufficializzato il divorzio dalla scuola sottsassiana per fondare un proprio studio, che abbraccia a tutt'oggi attività nel campo dell'architettura, dei progetti d'interni e di design in Italia e all'estero. Sviluppa, parallelamente, un lavoro di ricerca su modalità progettuali alternative nel campo del design e dell'architettura, che in ambito accademico, con la Domus Academy, il Politecnico di Milano, l'Università IUAV di Venezia.



Nello studio dell'architetto.

Colloquio con Dante Benini.

Alessandro Ubertazzi:

Se dovessi raccontare di te fino ad oggi, da dove partiresti e cosa diresti per far capire agli altri come sei giunto a questo livello di professionalità.

Quali sono stati i tuoi maestri e quali sono i tuoi più profondi riferimenti?

Dante Benini:

Ci sono due personaggi che, sin da bambino, hanno influenzato la mia carriera professionale. Il primo è Carlo Scarpa e appartiene al periodo in cui avevo nove o dieci anni e andavo a trovare mia nonna che abitava di fronte alla sua casa. Per me è stato certamente "fatale" che, all'età di quattordici anni, Scarpa mi abbia detto: «o disegni o ti va fora da le bale».

A mio parere esistono solo due biblioteche, nelle quali basta entrare e respirare per uscirne colto: quella di Scarpa e quella di Zevi.

Questo è quello che mi è capitato.

Ciò che è davvero incredibile è che tanto Scarpa che Zevi siano arrivati "per caso" nella mia vita, l'uno dopo l'altro, e che entrambi si occupassero di architettura organica o, meglio, uno la faceva e l'altro ne parlava.

Se questa linfa ti entra nelle vene e inizia a scorrere non hai altre possibilità di scelta; è come quando sei trasportato dalla musica. Io sono mezzo veneziano e mezzo napoletano, nato per caso a Milano e, quindi, credo di comprendere un po' tutte le particolari caratteristiche di queste tre nature.

Ho vissuto male il periodo del Sessantotto, in quanto vivevo a Venezia. All'epoca c'erano diversi modi di progettare: uno veneziano, uno milanese, uno romano e uno fiorentino, per non parlare del differente approccio, del Nord e del Sud alle cose. All'epoca pensai «Io qui non mi laureo più. Ho deciso: faccio il disegnatore» e così feci.

Poi, di nuovo, mi è capitato un evento significativo: nello studio di Scarpa, dove lavoravo, è arrivato l'amministratore delegato della più grossa società brasiliana, la Copersucar, richiedendo di ampliare una fabbrica di caffè liofilizzato. Questo signore non voleva semplicemente un ampliamento, voleva lasciare un segno; se non ci fossero state alternative avrebbe fatto progettare anche soltanto un androne, ma

quell'androne doveva essere disegnato da Lui. Aveva detto a Scarpa: «perché non mandi il "ragazzo" in Brasile a fare la direzione lavori?». Mi chiese se volevo andare e io risposi: «sì che voglio andare»; cosa avevo da perdere? Risultato: ho fatto due anni di training presso di loro, in particolar modo nel settore alimentare e nel settore chimico. In seguito mi sono iscritto a una università di architettura federale, sono entrato in contatto con Oscar Niemeyer, e ho anche imparato il portoghese. Per laurearmi ho impiegato i nove anni successivi: Niemeyer è stato mio relatore, a San Paolo.

Nel 1978, mi hanno mandato negli Stati Uniti a riorganizzare tre fabbriche per una società di componenti di computer e sono stato ospite di Frank Gehry, a Santa Monica.

La storia più recente inizia col passaggio di mano della Copersucar; in quel periodo ero in Inghilterra e la mia laurea non era valida in Italia perché non esisteva ancora la reciprocità che oggi invece esiste. Perciò ho deciso di fare l'esame di stato in inglese, l'ho superato e mi sono poi iscritto all'Albo Italiano, a Roma. A Londra, ho aperto uno studio che è composto da sei persone specializzate solo in concept, lavori per l'estero, gare e concorsi.

La Dante O. Benini & Partners, attiva dal 1998, oggi è composta da sessanta persone.

Nel '90 ho vinto per la seconda volta il premio Inarc. Per tre volte siamo arrivati tra i primi dieci o quindici in concorsi internazionali e poi abbiamo vinto una serie di concorsi privati e pubblici. Come esempio, vale l'ultimo, in ordine di tempo: la realizzazione del più grosso centro di ingegneria genetica del mondo, a Hong Kong. In seguito a ciò sono stato chiamato per la progettazione della sede Richemont (che significa Cartier, Van Cleef, Piaget e via dicendo).

Oggi questo è il mio studio, e noi viviamo cercando di fare tanto volume e di "coprire le spese"! Siamo comunque soddisfatti; a lamentarsi, il buon Dio può mostrarti realmente cosa significa quando va male.

A.U.:

Il nostro lavoro ha delle forme di compensazione straordinarie. In altri lavori non esistono le gratificazioni che noi conosciamo.

D.B.:

Quando vedo i curricula che arrivano in studio e, alla voce hobby, leggo: viaggi o sci nautico, mi viene da ridere. Se leggi il mio, alla

voce hobby c'è scritto architettura, architettura, architettura...

Ad esempio trovo molto piacevole stare qui con te in questo momento, a questo tavolo. Siamo qui e parliamo di una cosa che ci piace e che facciamo volentieri. Grazie a Dio, questo non è lavoro, adesso io mi sto divertendo.

A.U.:

Come intendi il luogo di lavoro?

D.B.:

Il nostro mestiere consiste nel cercare di individuare come un luogo di lavoro possa essere il meno faticoso possibile per il futuro fruitore, nel cercare di trovare, come cantava Lucio Battisti, "un frammento rosa in fondo all'anima" al quale aggrapparsi e dove passare due terzi della vita. Da quel momento la riflessione su come la gente vuole vivere è diventata per me un dogma.

Oggi, e ti prego di credermi, le persone che lavorano in questo ultimo building che abbiamo realizzato tornano a casa, guardano la moglie e dicono: "ma noi dove accidenti viviamo?"

L'uomo passa dieci ore in un luogo di lavoro che è propedeutico al miglioramento della qualità della vita; tornando a casa dall'ufficio egli si rende conto che, con pochi cambiamenti, potrebbe migliorare radicalmente anche l'ambiente domestico.

Cambia l'approccio con le cose, con il costume, diventa veramente un fatto di vita. Quando ci si accorge che l'ambiente domestico non è all'altezza del luogo di lavoro, si prende coscienza che in Italia, il residenziale, non ha nessuna storia che non sia drammaticamente passata.

In Italia, del residenziale, non importa nulla a nessuno. Devi andare nei paesi nordici, nei Paesi Bassi, ad Amsterdam per esempio, per capire come la gente con un pizzico di spregiudicatezza inventa nuove formule che possono introdurre a un nuovo modo di abitare, più consono alla vita di oggi. Questo accade anche grazie alle metodologie costruttive.

A.U.:

Cos'è per te oggi l'ufficio? Dove lo vedi situato e, soprattutto, ha motivo di essere così diverso e così avanzato rispetto alla residenza? Si tratta di un caso di falso problema o le cose un giorno arriveranno a coincidere.

D.B.:

La collocazione dell'ufficio dipende esclusivamente dal contesto sociale in cui vivi. Se vivi a Los Angeles, a Olbia o a Milano vivi realtà completamente diverse.

Io, ad esempio, interpreto Milano come una grande fabbrica senza un padrone, una sorta di "esepià" della quale nessuno conosce l'azionista. Alla mattina tutti scattano come delle formiche, entrano in "loculi" diversi ma, in realtà, lavorano tutti per lo stesso padrone e comunque tutti l'uno per l'altro. Non è vero che c'è differenza tra il lavorare a casa col computer o in ufficio (sempre col computer). Non c'è casa, sei comunque in fabbrica! È possibile riposare solo se ti sposti fuori dalla città, a seconda della tua predisposizione, di un chilometro o di quindici o di millecinquecento. La verità è che, fino a quando ti muovi all'interno della città, ti muovi sempre all'interno di uno stabilimento. Il proprietario dello stabilimento ti mette a disposizione un numero di ristoranti in cui recarti (mentre in altri non vai), un numero di spettacoli cui assistere (mentre in altri no), un numero di cinema e di mostre: tutti sono però utili al datore di lavoro; è lui che fa in modo che tu abbia un momento di divagazione per non impazzire ma...

Sei sempre in fabbrica. La casa dove dormi l'ha pagata "la grande fabbrica"; che ti sia capitata per caso o che te la sia scelta; è comunque così.

Ma veniamo alla tua domanda su cos'è l'ufficio.

Cosa sarà e dove andrà è solo strettamente un fatto di mercato e di ubicazione.

A mio parere, l'ufficio a Milano è sicuramente sinergico alla casa. La casa è e sarà trascinata in avanti dal costume di vita dell'ufficio.

Detto questo, l'ufficio è dipendente dal tipo di territorio in cui vivi: probabilmente a Barberino di Val d'Elsa questo problema non c'è.

Ma il lavoro lì è davvero inteso in maniera diversa. È anche vero che non ho mai sentito parlare di un Nobel che venisse da Barberino Val d'Elsa. La spinta, lo stimolo, la propulsione lì non c'è. Invece Milano, sarà anche lo sfintere del mondo ma è l'unico posto dove fai un salto dal trampolino, quattro bracciate e sei al di là dell'Oceano. A Roma impiegano un po' di tempo: pensano se sanno nuotare bene, poi valutano cosa sta succedendo e poi ne parlano. A Milano tu dici: si salta! E pam! lo qui ho sessanta persone che lavorano con me: se dico saltiamo, loro saltano e nuotano. Questo è straordinario!

Dipende tutto dal contesto umano, dal territorio, dalla propulsione di

energia e dalle infrastrutture che hai a disposizione.

Io non credo al lavoro individuale: la differenza tra noi che lavoriamo in sessanta e chi lavora per conto proprio è che, in quest'ultimo caso, non c'è scambio culturale e intellettuale, non c'è ricerca e sperimentazione, non c'è possibilità di confronto, non c'è possibilità di capire quando si sbaglia.

Alessandro Ubertazzi, *Nello studio dell'architetto*. Colloquio con Dante Benini, in "Habitat Ufficio" n. 119, Alberto Greco, Milano, settembre-ottobre 2003, pagg. 50-57.

Dante Benini

A Venezia, nello studio di Carlo Scarpa, riceve la sua prima formazione professionale che amplia successivamente in Inghilterra e completa in Brasile, dove si laurea nel 1979 presso l'Università Federale con Oscar Niemeyer: lì si trasferisce per l'espletamento dei suoi primi incarichi professionali. Nel 1978 svolge attività di professionista presso lo studio di Frank O. Gehry a Santa Monica (California). A San Paolo apre la "Dante Benini Ingex Architecture" che, negli anni a seguire, trasferisce anche a Milano, dove è richiamato per incarichi di matrice europea ed americana.

Nel 1990, in occasione di un incarico professionale negli Stati Uniti, conobbe Richard Meier del quale divenne successivamente partner in Italia per il progetto del "Ponte Cittadella" ad Alessandria.

Nel 1997 ha fondato la Dante O. Benini & Partners che attualmente ha sedi a Londra e Milano con un organico di circa sessanta persone in Italia e sei in Inghilterra. Lo studio è alla avanguardia nella realizzazione di grandi progetti di Architettura, Urbanistica, Interni, Design e Yacht Design, operando continuamente a livelli nazionale ed internazionale, in paesi come Italia, USA, Turchia, Francia, Gran Bretagna, Olanda, Cina, Giappone, ecc.



Parliamo di design dell'ufficio con... Alessandro Ubertazzi

Margherita Cazzaniga:

In qualità di progettista, quale ritiene sia la funzione del design per l'ufficio?

Alessandro Ubertazzi:

Penso che il design per l'ufficio sia l'aspetto più semplice e apparente del progetto di sistemazione di un luogo umano molto complesso: esso vede la sua origine nella necessità di dare puntualmente servizio all'utente dell'ufficio.

Quando parlo di design delle "attrezzature" intendo gli arredi e gli strumenti di lavoro di un ufficio concepiti secondo le regole classiche del design.

Parlo di progettazione ambientale quando mi riferisco al "progetto architettonico" che sovrintende all'equipaggiamento bilanciato dell'intero spazio nel quale si svolgono le attività delle persone che lavorano all'interno di un ufficio: essa non è semplicemente l'ottimizzazione distributiva degli spazi dedicati a un certo numero di persone ma la concezione della qualità prestazionale di carattere estetico globale che l'intero spazio esprime rispetto a un osservatore esterno che vi entra e che lo percepisce immediatamente.

È evidente che l'aspetto sostanziale dell'ambiente ufficio non sono le attrezzature o le suppellettili, quanto piuttosto il taglio dello spazio e comunque la formula culturale che sottende un certo tipo di realizzazione. In realtà l'ufficio è un luogo di lavoro nel quale si sviluppa un prodotto di tipo immateriale, frutto di una serie di provvedimenti di natura sostanzialmente concettuale adottati da uno o più professionisti assieme ai loro interlocutori che provengono dal mondo esterno.

Come l'abito non fa il monaco, così i mobili non fanno l'ufficio. È però vero che, nel corso della storia, spesso alle varie professioni sono corrisposte attrezzature, quali arredi, complementi d'arredo e strumenti che, in un certo senso, ci "raccontano" qualcosa dell'organizzazione del lavoro che si è svolto in un determinato ufficio e, al tempo stesso, evidenziano l'indole degli operatori che vi hanno lavorato o comunque i principi organizzativi che hanno sotteso questo tipo di attività: e questo anche se essa si sia svolta all'interno di un'azienda come parte di un processo produttivo più ampio. L'ufficio non è la sommatoria delle sue attrezzature e neanche lo spazio determinato

da esse, quanto piuttosto l'impianto strutturale, virtuale e nascosto che tiene insieme tutto ciò: esso è comunque un luogo umano nel quale si svolge un lavoro intellettuale.

M. C.:

Dove e come si manifesta l'opera del designer nell'ambito dell'ufficio?

A. U.:

Essendomi occupato in passato e ancora adesso di ufficio con diverse competenze, quella del designer e quella dell'architetto, ho potuto verificare che il prototipo di questo ambiente esiste nella mente di pochi. Sono assai pochi infatti coloro i quali possono pensare che l'essere umano sia standardizzabile al punto tale che l'ufficio sia identico per tutti.

In realtà ci sono diversi tipi di uffici che corrispondono all'attività che vi si svolge. Esiste il grande ufficio come parte di una più ampia struttura produttiva, oppure l'ufficio del singolo professionista, grande o piccolo, autonomo ed esterno alle logiche produttive. Ci sono poi gli uffici che appartengono agli apparati amministrativi, quali per esempio quelli dello Stato, che non sono legati alla produzione di oggetti ed elementi fisici ma sono invece destinati ad erogare servizi.

Ci sono anche altre attività che sono affini a quelle elencate: il mondo della scuola e della sanità comprendono infatti anche ambienti che evidenziano posti di lavoro simili a quelli caratteristici dell'ufficio. Ci sono infine gli spazi domestici che il telelavoro trasforma temporaneamente in ufficio; questo è il tipo di ufficio di cui non teniamo abbastanza conto.

Nello schematismo della suddetta classificazione ognuno dei settori presenta esigenze particolari e diverse. Il ruolo creativo del designer si manifesta comunque a tutti i livelli: nel concepire un certo sistema di arredi, gli accessori per gli stessi, i complementi e gli strumenti di lavoro.

Se la forma delle attrezzature è apparentemente simile, in realtà queste sono spesso profondamente diverse; ad esempio i sistemi di arredo per ufficio operativo e/o direzionale, ma soprattutto operativo, presenti sul mercato, sono tra loro stessi diversissimi; essi sono diversificati tipologicamente, matericamente e "per disegno". Quando, di volta in volta, il designer concepisce un certo mobile, entra necessariamente nella realizzazione dei particolari costruttivi e anche

nell'insieme dei singoli sistemi. Entra anche nella concezione di altri apparati che non sono così "strutturali", come per esempio il "corredo" dell'ambiente: dal portacenere al cestino per la carta, dalla lampada da tavolo al telefono, fino alle porte standardizzate, alle pareti attrezzate, ai controsoffitti e ai pavimenti galleggianti. L'ufficio standard, quello tipico di una grande azienda è il luogo dove massimamente si svolge l'opera del designer, perché in esso tutto è frutto di quel particolare progetto che ha strettamente a che fare con "le logiche dell'industria e della macchina".

M. C.:

La prima funzione del designer è quella di proporre innovazione. Quali sono gli "strumenti" che deve utilizzare?

A. U.:

Per innovare qualcosa ho fatto ricorso di solito alla mia cultura, cioè all'elaborazione di ciò che ho visto durante la mia vita e in giro per il mondo: essa mi ha sempre aiutato a valutare a priori se le risposte che avrei dato erano già state date da altri e, se non lo erano, se esse erano più o meno gradevoli.

Devo dire che la gran parte delle idee, piccole o grandi che ho avuto, sono dipese dalla mia personale formazione e dalla capacità, intrinseca al mio mestiere, di essere scontento di tutto ciò che già esiste, per definizione. Quando si dice e si pensa che nell'immaginario collettivo il personaggio più trasgressivo e pericoloso è l'architetto si può ben capire; infatti la sua capacità di proposta risiede proprio nella "trasgressione"; la sua propensione al dubbio è strumento di conoscenza e di evoluzione del mondo. Tutte le volte che ho voluto innovare l'ho potuto fare solo grazie alla ricchezza di riferimenti culturali personali e alla capacità che ho avuto di intervenire creativamente su qualcosa che, per atteggiamento mentale, pur facendo parte del mio paesaggio materiale quotidiano, ho "vissuto" come già vecchio.

M. C.:

Che ruolo ha il marketing nel design?

A. U.:

Il marketing pretenderebbe di distillare dal mercato, cioè dalla sommatoria delle singole persone, i bisogni dell'umanità in un determi-

nato settore e, quindi, di desumere da questi bisogni il brief per il nuovo progetto di design.

È vero che un corretto studio del mercato può mettere in evidenza delle particolari richieste alle quali il designer può dare delle risposte convincenti, se è capace di darle o se è possibile darle, però è altrettanto vero che l'innovazione, che nel mondo produttivo è spesso necessaria, non è la deduzione matematica di contenuti che il mercato propone o evidenzia. Non posso chiedere a tutte le massaie del mondo come vedrebbero il loro bicchiere perfetto e non posso pensare che il designer al quale conferisco questo tipo di riflessione le ascolti e le traduca in un prodotto innovativo: questo miracolo non può succedere. Non è infatti vero che il marketing sia lo strumento per nutrire il designer di quelle certezze che gli consentono di concepire univocamente il prodotto migliore per quel momento e per quel settore. È piuttosto vero il contrario. E cioè che l'unico operatore in grado di interpretare i bisogni più o meno latenti o espliciti del mercato è proprio solo colui che sa ritenere come superato e inutile tutto ciò che il mercato oggi presenta: la sua cultura, i suoi riferimenti, la sua creatività sono infatti proprio gli strumenti che gli consentono di superare le "pseudo" certezze derivanti dalla consuetudine.

Con ciò non voglio sminuire i meriti straordinari del marketing: tuttavia l'equivoco che il marketing sia l'attività che può nutrire il designer di esattezze deve essere sfatato.

La funzione degli esperti di mercato dovrebbe essere piuttosto quella di valutare il funzionamento e l'innovazione delle idee del designer solo dopo che quest'ultimo ha elaborato i primi metaprogetti, le prime ipotesi "testabili". Le indagini preliminari su cosa vuole il mercato servono solo a impoverire le società produttrici e comunque non contribuiscono a creare quella innovazione che occorre davvero.

Milano, 14 giugno 2001

Alessandro Ubertazzi, *Fare design per l'ufficio*, Intervista rilasciata a Margherita Cazzaniga in "Office Layout", Alberto Greco, Milano, luglio 2001, pagg. 76-79

Il designer
è come l'ape:
si posa
sui fiori (le industrie)
e le impollina del sapere
che va accumulando
e poi...fa anche
il miele (i suoi progetti)

Alessandro Ubertazzi



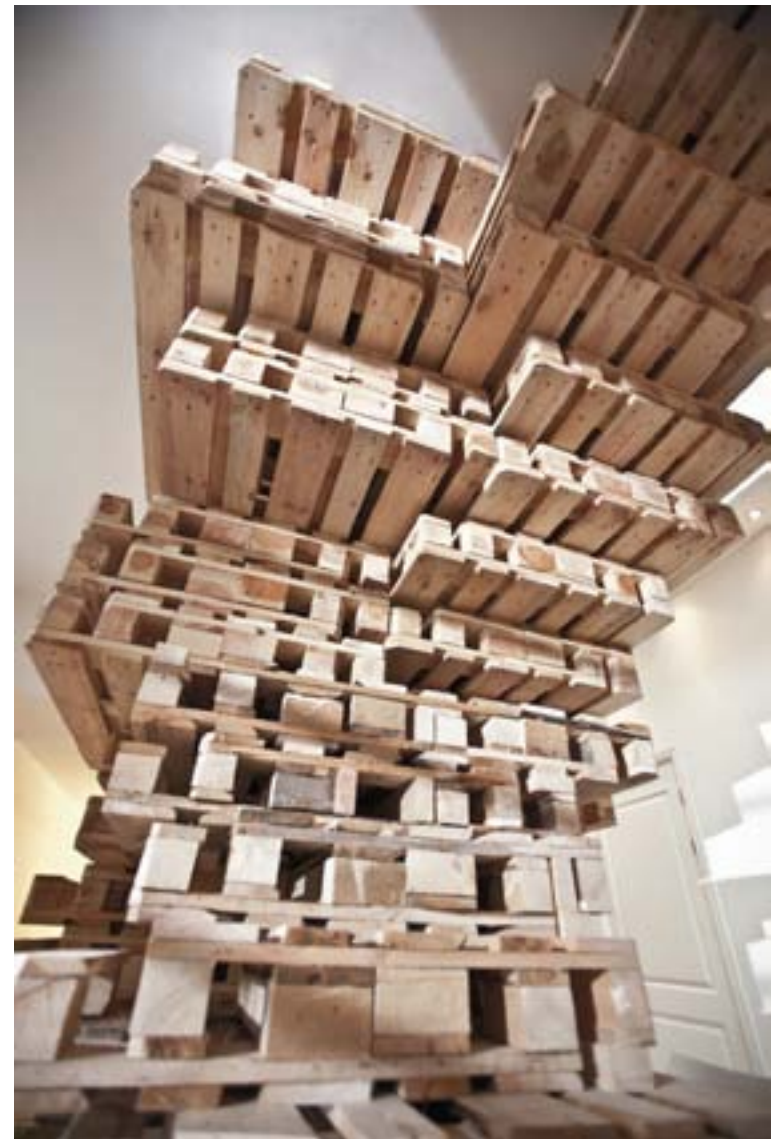
Tendenze nel design dell'ufficio

Come affermava Ettore Sottsass nel colloquio in cui ripercorreva le principali tappe evolutive dell'ambiente ufficio, gli anni '70, con la cultura del *landscape office*, hanno rappresentato un momento di cambiamento nella concezione di questo spazio: l'ufficio è diventato sempre più dinamico e ha manifestato quindi l'esigenza di trasformarsi completamente, spostando gli operatori da piccoli uffici isolati ad ambienti più vasti nei quali fosse più facile la gestione dei rapporti tra i gruppi di lavoro.

All'inizio di questa rivoluzione, le reazioni furono piuttosto negative, soprattutto per la mancanza della *privacy* che derivava dalle nuove soluzioni adottate; in seguito questi problemi furono in parte risolti attraverso l'aumento di spessore delle pareti modulari rese sempre più isolanti sia visivamente che dal punto di vista acustico (mediante la tecnica del *sound masking* che consiste nel cercare di "peggiore" l'intelligibilità del parlato proveniente da persone negli spazi circostanti al fine di ottenere la cosiddetta "*speech privacy*", ossia la sensazione di poter parlare in un ambito circoscritto senza essere uditi da altre persone); parallelamente si è verificata la tendenza a ridurre questi spazi a dei veri e propri "cubicoli" che Paul Thompson, nel suo *Workplace of the future*, definisce "splendenti uffici satanici".

Senza dubbio tali trasformazioni sono derivate "dall'invasione delle macchine" che hanno portato alla possibilità di ridurre lo spazio necessario e, allo stesso tempo, a un uso più razionale e organizzato dello stesso: come osserva Michele De Lucchi, infatti "*il computer archivia in modo molto completo e ordinato*" consentendo di poter lavorare in "*piccoli spazi evoluti*".

Negli anni '80, si era assistito a una sempre maggiore ricerca di personalizzazione: "*un ambiente può essere arredato in stile Luigi XVI e un altro con mobili in bambù, un terzo disegnato da Michael Graves, oppure può essere addirittura il risultato della mescolanza di stili diversi...La prima cosa che mi viene in mente*" afferma Sottsass, "*è che presto potremo avere l'ufficio in casa*".



Studio Most Architecture, *The Pallet project* per Brandbase, Amsterdam, 2010.

Tale affermazione è perfettamente in linea con il pensiero di Ignazio Gardella, che ritiene inconcepibile fare una distinzione netta tra tempo libero e tempo lavorativo che, in quest'ottica appare come una sorta di "tempo della schiavitù". Gardella, infatti, sostiene l'importanza di una stretta interrelazione tra questi due diversi momenti della nostra vita: l'ambiente lavorativo, in questo senso, non deve essere un ambiente asettico e impersonale e, pur prevedendo che la tecnologia porterà inevitabili cambiamenti spaziali nei luoghi di lavoro, questa non potrà sostituirsi al contatto umano e al dialogo tra gli individui in spazi accoglienti e rilassanti, sempre più simili al paesaggio domestico.

Anche Giulio Castelli condivide la necessità di progettare ambienti in cui il fruitore possa sentirsi psicologicamente ed emotivamente a suo agio...in cui le "superfici degli oggetti, i colori, i materiali, devono concorrere a creare un ambiente sempre più confortevole": il colore in particolare, come afferma Renzo Bighetti, influenza in modo determinante la percezione dello spazio, specie in quei luoghi in cui le persone dispongono della sola luce artificiale. Per questo, il noto artista ligure inserisce spesso nelle sue sculture molto colore "per sottrarre grigio alla materia" ma anche perché la sua opera d'arte divenga elemento catalizzatore sostituendosi a elementi decorativi casuali o a quelle stampe dozzinali che troppo spesso arredano gli spazi lavorativi e ancora di più le zone dell'attesa. "Tutti i luoghi pubblici (ma non solo quelli) dovrebbero proporre delle opere d'arte che li abbelliscano, che li rendano più piacevoli e, al tempo stesso, più ricchi di significati. Le banche investono normalmente in arte; questa, però, viene incettata come forma di investimento e, semmai, va spesso a finire nei caveau e negli uffici dei dirigenti".

In realtà, come sostiene Marco Zanuso, lo spazio dovrà conformarsi sulla base delle effettive esigenze dei diversi operatori e in base al loro ruolo, non più *open space* spersonalizzati, ma "luoghi in cui possa essere il meno faticoso possibile...", afferma Dante Benini "cercare di trovare...un frammento rosa in fondo all'anima al quale aggrapparsi e dove passare due terzi della vita. Da quel momento la riflessione su come la gente vuole vivere è diventata per me un



Clive Wilkinson Architects, *Uffici Macquarie group*, Australia e Unstudio, *Complesso per uffici statali "Duo"*, Olanda.



Jump Studio, *Uffici Red Bull*, Londra.

dogma. Lo spazio diventa pertanto espressione di chi lo abita: ai luoghi tristi e impersonali si stanno lentamente sostituendo ambienti caldi e accoglienti, dove il pezzo d'arte o l'oggetto di valore diventano simboli attraverso i quali il titolare esprime il proprio ruolo e la propria immagine: un'immagine che, d'altra parte, si evidenzia anche attraverso l'architettura e l'arredamento dell'ufficio.

Occorrono oggetti comunicativi che parlino della vita e delle aspirazioni di chi se ne circonda: *"Se penso alla Blow Up, la poltrona di De Pas D'urbino e Lomazzi degli anni '70,"* osserva Michele De Lucchi, *"mi viene immediatamente in mente il tipo di vita in Costa Azzurra cui tutti aspiravamo in quel periodo. Memphis rimanda alla California, a ragazzotti biondi con il surf che se ne fregano di qualsiasi aspetto storico e culturale, pieni di sole e di voglia di vivere."*

In un famoso editoriale della rivista sull'ufficio da lui diretta, lo stesso Ubertazzi aveva asserito: *"Il mondo dell'ufficio è quello della comunicazione e ne registra le evoluzioni e la formidabile variabilità, le grandi trasformazioni; l'ufficio è il mondo della trasmissione delle idee e delle decisioni, una realtà immensa e pervasiva che travolge e sconfigge gli schemi angusti delle categorie tipologiche, delle professionalità parcellari, dei mobili e delle macchine destinati a resistere nel tempo, ecc."*

Non si sa dove la casa finisce e dove comincia l'ufficio: oggi l'ufficio è tutta la città cablata, il mondo interfacciato, cioè tutto il mondo conosciuto.

Assorti signori si fermano in mezzo alla strada e parlano animatamente in piccoli apparecchi telefonici: lì c'è ufficio. A maggior ragione che in passato, penso che oggi occorra portare nel cosiddetto mondo dell'ufficio la cultura del progetto, l'apertura degli orizzonti interpretativi, l'esercizio del dubbio. Occorre portare l'ufficio fuori dai suoi tradizionali confini per aprirlo al mondo. Certo, occorre parlare anche di sedie, di scrivanie, di belle realizzazioni e di layout."

È quanto sostiene anche Alexander Kjerulf, autore del libro *Hap-*

py hour is nine to five che mette al centro delle sue trattazioni l'importanza della "felicità" intesa come momento di equilibrio tra ambiente di lavoro e rapporti interpersonali. Kjerulf (*chief happiness officer*), consulente per aziende leader come IBM, Lego, Ikea...evidenzia come ciò che rende un ambiente di lavoro un *"great place to work"* siano non solo i rapporti interpersonali tra dipendenti e tra i dipendenti e il *management*, ma anche tra gli stessi dipendenti e il luogo di lavoro.

Esistono infatti diverse tipologie di uffici, con diverse categorie di esigenze e di priorità, ma su alcuni punti è possibile individuare linee comuni: l'ufficio è un ambiente in cui si svolge una determinata e specifica attività lavorativa, quindi un luogo in cui l'arredamento deve essere funzionale a tale attività; tralasciando l'aspetto legato agli immobili e dunque agli ambienti, risulta evidente come la scelta di una determinata tipologia di arredo determini inevitabilmente una diversa percezione da parte dell'utente. Funzionalità, ergonomia e praticità sono punti fondamentali ma non bisogna tralasciare il messaggio che attraverso alcuni simboli si vuole trasmettere: l'evoluzione del gusto, l'attenzione per il dettaglio, la ricerca di qualità stanno stravolgendo i vecchi stereotipi e le nuove tendenze portano a una maggiore personalizzazione dell'ambiente ufficio attraverso l'introduzione di simboli e accessori in grado di esprimere in modo evidente un determinato tipo di professione e di professionalità.





Thomas Rowlandson, *The exclusive club*, Inghilterra, XIX secolo.

Nel futuro il nostro studio sarà simile a un club?

di A. Ubertazzi

Come direttore di una rivista che tratta i problemi dell'ufficio, penso di essere la persona paradossalmente meno indicata a fornire certezze assolute su questo ambiente, sia per oggi che per l'immediato futuro.

E ciò si spiega perché io stesso sono parte, se non addirittura promotore, di un dibattito permanente su questo argomento che raccoglie anche le più estreme e spesso contrastanti teorie. D'altro canto, con la formidabile accelerazione del progresso e del mutamento, il periodo che viviamo comporta una molteplicità, cioè una pluralità, di opinioni praticamente in tutti i settori. I termini "ufficio" e "terziario amministrativo" fanno riferimento a un'attività umana in profonda evoluzione che nella nostra società sta diventando preminente. Le tradizionali divisioni fra diverse attività d'ufficio tendono a scomparire proprio per il ruolo unificante delle apparecchiature e delle attrezzature disponibili: l'ufficio del professionista è sempre più simile a quello del dirigente d'azienda, mentre il posto di lavoro dei collaboratori e quello delle segretarie di entrambi sono rispettivamente quasi identici. Semmai una diversificazione negli spazi d'ufficio avviene in funzione della complessità della struttura produttiva e perciò del livello organizzativo che l'ufficio comporta: non dimentichiamo che lo studio professionale può raggiungere dimensioni confrontabili con quelle di un'azienda; uffici di notaio, di avvocato, di commercialista e di società fra consulenti professionisti possono contare decine di addetti. Certamente con la complicità della tecnologia e per fare spazio alle "macchine" e alle loro regole, lo studio del professionista tenderà a spogliarsi di molti ingredienti di "immagine" che lo personalizzavano secondo i rituali un poco elitari e le propensioni dei titolari; per contro, l'ufficio del dirigente d'azienda tenderà a subordinare una certa implicita preminenza della operatività tecnica a vantaggio di una progressiva personalizzazione degli ambienti.

D'altronde, sembra quasi di poter dire che, mentre i diversi mo-

delli comportamentali nell'uso dell'ufficio tendono a unificarsi, tutti tendono comunque a un ideale di maggiore umanizzazione grazie appunto alla straordinaria capacità di semplificazione e di liberazione dalle macchine.

Ai colleghi architetti e designers che ho spesso intervistato per riferire su "Habitat Ufficio" i risultati delle loro ricerche e il senso della loro esperienza, ho sempre voluto chiedere anche un parere o una "profezia" sul tipo di ufficio auspicabile.

A questa sottile provocazione Francesco Trabucco, qualche tempo fa, rispose: *«Ciò che mi pare destinato a cambiare radicalmente la faccia dei nostri uffici è l'avvento delle tecnologie informatiche: i computers sono sempre più diffusi; la miniaturizzazione e l'abbattimento dei costi da un lato, l'elevata flessibilità e la sempre più facile gestibilità dall'altro, consentono oggi una larga accessibilità da parte delle medie e piccole aziende a queste macchine. Il computer, oltre alle tecniche di elaborazione dell'informazione e di calcolo, cambia le tecniche dell'archiviazione, della computazione, della registrazione, della trascrizione, della duplicazione dei documenti: cambia cioè la natura del lavoro amministrativo... Immagino gli uffici del prossimo futuro, come grandi spazi completamente artificiali, con pochi uomini che si aggirano tra macchine del tutto silenziose, toccando un tasto qui, controllando un indicatore là...»*

Non basta. In quanto risultato della teoria dei "rapporti di vicinanza", la mobilità dei posti di lavoro perderà di significato. La prossimità dipenderà dalla capacità di trasmettere dati in tempo reale, più che dalla distanza fisica. La vicinanza fisica sarà più connessa alle relazioni personali "affettive" dei membri del gruppo, piuttosto che non la loro operatività.

La carta, strumento principe dell'informazione codificata, lascerà il posto a una più compatta e agile memoria magnetica: diventerà supporto effimero di dati in fase di elaborazione e di consultazione, quasi mai di trasmissione. Il gesto dello scrivere verrà in gran parte sostituito da quello di sfiorare una tastiera.

Insieme alla carta e alla scrivania scomparirà quell'adorato disordine di oggetti nel quale "solo noi sappiamo mettere le mani" e che, tutto sommato, rappresenta un'espressione quasi affettiva del

"nostro" posto di lavoro. Spariranno quegli oggetti "inutili": portapenne, cucitrici, tagliacarte, timbri, che sono quasi più segnali territoriali che non strumenti per lavorare».

Nel rispondere al mio quesito anche Ettore Sottsass ha sottolineato gli aspetti umani e di relazione come caratteristici dell'ufficio ideale. *«La prima cosa che mi viene alla mente è che presto potremo avere l'ufficio in casa. Già adesso, in America, ci sono meetings telefonici ad alto livello, senza che questo comporti alcun tipo di problema. Io credo tuttavia che, soprattutto dal punto di vista psicologico, sia importante lavorare in una comunità, dove il contatto è certamente diverso da quello che si può avere attraverso un telefono».*

«Nella cultura aziendale» sostiene Isao Hosoe «è oramai invalso uno stile di management che tende a sottolineare la struttura collaborativa del lavoro negli uffici fino a valorizzare in alcuni casi la flessibilità dei compiti e delle funzioni: le modifiche prodotte dall'informatizzazione del lavoro non potranno non tener conto di questi nuovi orientamenti.

La possibilità o meno di un lavoro collaborativo diviene in alcuni casi fattore di motivazione e fonte di produttività; il white collar non vede più nella stanza singola, con un determinato arredo, una distinzione della sua posizione all'interno della struttura organizzativa».

Eppure questa necessità di "relazioni" all'interno dell'ufficio ha fatto sperimentare recentemente diverse formule organizzative e diverse concezioni spaziali che avrebbero dovuto incentivare la produttività migliorando contemporaneamente la qualità del lavoro, la vivibilità dell'ufficio. Tutti conoscono il dibattito, anche polemico, che si era sviluppato attorno al dilemma "ufficio a pianta aperta/ufficio singolo cellulare". Oggi quel dibattito si è sostanzialmente attenuato e ufficialmente tutti riconoscono che, in certi casi, è necessario e gradevole lavorare assieme in grandi spazi aperti, ma non può essere una regola; anzi.

Ad Amsterdam è stata condotta un'indagine tra la popolazione impiegata per stabilire come debba essere l'ufficio "ideale"; ne sono risultati alcuni dati interessanti. La maggior parte della gen-

te auspica un ambiente di lavoro chiuso, illuminato naturalmente, con possibilità di aprire la finestra e un arredo funzionale.

Quattro persone sono ritenute un numero ideale per ogni ambiente.

Angelo Mangiarotti, infatti, ribadisce: «Negli uffici a pianta aperta non si spiega la proporzione tra lo spazio per il posto di lavoro e quello per la circolazione: nella maggior parte dei casi quest'ultimo è del tutto casuale, presenta proprio la non-qualità del negativo, mentre, tutto sommato, un corridoio tradizionale avrebbe conservato una sua dignità.

Nella progettazione corrente, lo spazio aperto con gli elementi d'arredo disposti a isola diventa veramente una forzatura; per evitarlo, gli arredi devono essere disposti in modo tradizionale, ma a questo punto, tanto varrebbe prevedere fin dall'inizio uno spazio suddiviso da pareti.

In fondo, c'è ancora una volta la volontà di sistemare il maggior numero possibile di impiegati nello spazio più piccolo, nonché di averne costantemente il controllo.

Si può certo coibentare un luogo di riunione, ma le voci si sentiranno sempre, così come tante macchine per scrivere nella stessa stanza danno fastidio, anche se ogni individuo lavora isolato».

Fra i responsabili delle industrie che producono attrezzature per l'ufficio, il general manager della ICF, Massimo Silva Coronel, asserisce: «Se il progresso tecnologico ci ha liberati da una serie di incombenze, dobbiamo però essere tutti ben coscienti che siamo sempre noi, con il nostro "buon senso", a svolgere il lavoro più prezioso: interpretare le informazioni in modo immaginativo e creativo e giudicare i dati che il computer ci fornisce. Forse oggi si può cominciare a pensare di progettare un ufficio per aiutare le persone a svolgere il loro lavoro e non più per sostenere un terminale, erede dello schedario.

Io credo che le prestazioni di una persona siano tanto più naturali, istintive e quindi produttive, quanto più la persona trova il posto di lavoro un luogo comodo e piacevole, dove sia l'uomo e non il computer l'elemento chiave, l'elemento prezioso».

Anche Andrea Orsi, il giovane e brillante amministratore del-

la Com (Cooperativa Operai Metallurgici), pone l'accento sugli aspetti umani del posto di lavoro: «Prevedo che ci sarà un notevole cambiamento nel modo di lavorare e anche nel modo di realizzare gli uffici: probabilmente questi grandi spazi non ci saranno più, gli uffici saranno qualitativamente sempre più evoluti e non escludo che si stia avvicinando il momento in cui lavoreremo in casa».

Marco Zanuso, che per primo aveva introdotto in Italia una esemplificazione grandiosa dell'"ufficio a pianta aperta" (nella sede IBM a Segrate), sottolineando le implicazioni tecnologiche della nostra cultura, profetizza: «La recente esperienza ci consente di superare la contraddizione comunicazione-privacy che è stato il problema posto, forse, in termini riduttivi in seguito agli esperimenti fatti negli ultimi anni di open space o di bürolandschaft.

L'adozione sempre più diffusa dei terminali e la crescente necessità di lavorare in squadra, specie a livello direzionale, pongono problemi nuovi: al centro di questi problemi non è più il posto di lavoro, ma piuttosto l'operatore e il suo ruolo.

Ad esso non corrisponde più un solo posto di lavoro, ma piuttosto spazi differenziati che consentono la sincronica esigenza di raccoglimento e di comunicazione. Si sente un gran bisogno di maggiore diffusione e arricchimento della cultura industriale, vista ancora da troppa gente come cultura delle fresatrici o dei circuiti elettronici. C'è bisogno di una cultura che consenta di guardare alla scienza e alla tecnologia non solo come minaccia di annientamento o liberazione della fatica, ma come supporto della conoscenza, finalizzata al miglioramento delle condizioni di vita su questa terra troppo spesso sfruttata e avvilita da paesaggi artificiali che insultano e distruggono il paesaggio naturale.

Fin da oggi e per il prossimo e lontano futuro, siamo tutti chiamati a una sfida definitiva tra la nostalgia che si alimenta di superbia e di paura e la speranza che è fatta di modestia e di coraggio».

Avendo affrontato da designer alcune fondamentali macchine per ufficio per conto della Olivetti il punto di vista di Mario Bellini è particolarmente significativo: «Io non sono tra i fans della grande aspettativa evoluzionista nel campo dell'ufficio. Non ritengo che la cosiddetta "rivoluzione telematica" porti a una drammatica rivo-

luzione in termini ambientali. Proprio dalla rivoluzione telematica c'è da aspettarsi piuttosto un rientro e un ritorno dell'ambiente dell'ufficio verso la normalità e verso le origini. Una calcolatrice tascabile piatta come una carta di credito è come una macchina che ha perso una delle sue tre dimensioni: non ha più niente. È il simbolo di quello che diventeranno le macchine d'ufficio. Già ora le tastiere sono grandi e spesse come una copia di "Habitat Ufficio" e forse più leggere; gli schermi sono ancora dei televisori ma diventeranno degli schermi piatti come il ritratto della fidanzata che si tiene sulla scrivania. Questo avverrà nel volgere di un periodo di tempo prevedibile e breve. Il "posto di lavoro" sarà sempre meno necessario a mano a mano che l'hardware avrà dimensioni sempre più piccole. Ci sarà molta meno carta che circola, e sarà anche meno necessario circolare fisicamente. Crollerà in parte anche la necessità dello "spazio aperto", questa invenzione bizzarra e opinabile che a sua volta ha distrutto una parte delle caratteristiche e dei valori dell'architettura, proprio nei luoghi in cui l'architettura esprime le esigenze della cultura umana: credo che non piaccia a nessuno stare in un grande stanzone insieme a tanta gente. Se mi chiedi le previsioni sull'ufficio, io sono tra i non-catastrofisti; sono anzi tra quelli che pensano che stiamo tornando alla normalità». Al crescere del livello di automazione dell'ufficio e della tecnologia del trattamento dei dati e della informazione, le ultime tendenze del design americano, paradossalmente, non solo preconizzano la scomparsa delle carte dalla scrivania, ma della scrivania stessa: l'ufficio del *manager* del futuro non deve più assomigliare a un ufficio, ma sembrare un salotto; la stanza del *manager* veramente potente non dovrà più somigliare a un posto di lavoro.

Questa tendenza dell'arredamento teorizza un'immagine di ufficio che non si identifica più col tavolo di lavoro, che non va più subito come una costrizione, ma assomiglia a un appartamento, al limite provvisto di un grande caminetto e di una adiacente stanza da pranzo sempre a disposizione per ricevere interlocutori e amici.

Desidero concludere queste brevi note sull'ufficio ideale riferen-

do il pensiero di un altro grande maestro, Ignazio Gardella: «Gli uffici del futuro dovranno avvalersi di tutte le possibilità offerte dalla tecnologia più avanzata, ma anche la tecnologia più avanzata e l'informatica sono strumenti di lavoro che non potranno mai sostituire l'inventiva che nasce anche dall'incontro diretto, dal contatto umano, dal dialogo tra gli individui. Potrà sembrare paradossale, ma credo che le trasformazioni tecnologiche porteranno l'ufficio ad assomigliare molto più ad un caffè, a un club, che ad una centrale elettronica. Il computer, infatti, eliminerà gli aspetti ripetitivi del lavoro, renderà sempre più ampio il campo delle informazioni conoscitive e appunto per questo diventerà sempre più importante un luogo accogliente e rilassante, dove incontrarsi, discutere, ragionare, confrontare le idee e prendere le decisioni fondamentali».

Nota.

Sette autorevoli opinioni sull'ufficio del futuro.

Ignazio Gardella.

Credo che le trasformazioni tecnologiche porteranno l'ufficio ad assomigliare molto più a un caffè, a un club, a una centrale elettronica. Il computer, infatti, eliminerà gli aspetti ripetitivi del lavoro.

Angelo Mangiarotti.

Lo spazio aperto con gli elementi disposti a isola diventa una forzatura; per evitarlo, gli arredi devono essere disposti in modo tradizionale, ma, a questo punto, tanto varrebbe prevedere uno spazio suddiviso da pareti.

Mario Bellini.

Non ritengo che la rivoluzione telematica porti a una rivoluzione in termini ambientali. Proprio dalla rivoluzione telematica c'è da aspettarsi un rientro e un ritorno dell'ambiente dell'ufficio verso la normalità e verso le sue origini.

Isao Hosoe.

È ormai invalso uno stile di management che tende a sottolineare la struttura collaborativa del lavoro negli uffici; le modifiche prodotte dall'informatizzazione non potranno non tenere conto di questi nuovi orientamenti.

Ettore Sottsass.

Presto potremo avere l'ufficio in casa. Credo tuttavia che, soprattutto dal punto di vista psicologico, sia importante lavorare in una comunità dove il contatto è certamente diverso da quello che si può avere attraverso il telefono.

Francesco Trabucco.

Immagino gli uffici del prossimo futuro come grandi spazi completamente artificiali, con pochi uomini che si aggirano tra macchine del tutto silenziose, toccando un tasto qui, controllando un indicatore là...

Marco Zanuso.

La recente esperienza ci consente di superare la contraddizione comunicazione-privacy che è stato il problema posto, forse in termini riduttivi, in seguito agli esperimenti fatti negli ultimi anni di open space o di Bürolandschaft.

Alessandro Ubertazzi, *Nel futuro il nostro studio sarà simile a un club?*, in "Summa" n. 19, anno 4 n. 3/87, maggio 1987, pagg. 5-10.



Renato Meneghetti, *Indifference*, Treviso, 2009.



E allora prendo e vado al lavoro nell'orto!

di Jurij Filieri

Non saprei dire perché mi piace così tanto il colore verde. Forse perché mi ricorda le foglie degli alberi e dei rami fitti di petali vegetali. Hai presente quando il vento ci si infila in mezzo e il sole, che filtra, proietta raggi morbidi e delicati sugli occhi chiusi, e tu sdraiato ti addormenti sotto un tiglio, una quercia, un ginko o un bel carrubo... ecco forse è proprio per questo che il "verde" mi fa star bene: perché ha il profumo della clorofilla, il sapore della vita e anche il ricordo di bei momenti passati all'aria aperta.

Provate a immaginare ora quale piacevole sorpresa sia stata per me, scoprire che potremmo presto finire tutti quanti al lavoro in un orto o in mezzo a un prato fiorito, per non dire il brivido e l'invidia che mi assale ancora, quando sento raccontare, e garantisco che i giornali sono pieni di storie come queste, di qualcuno che già gode di simili privilegi nella pace e nella tranquillità d'una bella campagna italiana, o semplicemente già "esercita" all'ombra di qualche albero frondoso!

Faccio l'architetto e negli ultimi anni mi è capitato spesso di lavorare e riflettere sul tema dell'ufficio e alla fine ho capito che più che un luogo di lavoro, l'ufficio è uno spazio di vita. La maggior parte di noi vi passa più tempo di quanto non ne spenda in famiglia, con gli amici o fuori, all'aria aperta. E allora, mi son detto, conviene progettarli al meglio questi uffici, confortevoli, accoglienti, stimolanti e divertenti, ma soprattutto conviene smettere di pensare al lavoro come episodio marginale nella vita di ciascuno e provare piuttosto a trasformarlo in qualcosa di simile alla gioia, al piacere, al benessere. Non sto parlando di stile o della tanto vituperata estetica, ma di sostanza: quella che sta sotto la cortecchia delle cose, anche quelle che non si toccano come il lavoro. Qui si tratta di dichiarare amore agli impiegati, di regalar loro un piccolo sogno in cui lavorare, o almeno provare a rendere migliore la loro vita pensando a cosa vuol dire stare otto ore seduti dietro una scrivania!

L'architettura, gli arredi, i materiali, gli strumenti e anche i vestiti,

oggi sono tutti ingredienti di una stessa ricetta, un po' magica, con cui si può davvero migliorare la condizione dell'uomo e, siccome ultimamente pare che l'uomo non possa più fare a meno del lavoro, vale la pena pensare anche a ricette dedicate: una per i falegnami, per i fabbri e gli artigiani, una per gli sportivi e i calciatori, una per gli avvocati, i professori e per i dottori e una anche per gli studenti forse, visto che quello della camera/studio, per cui tutti siamo passati, non è che un proto-ufficio in cui si impara a stare seduti a lungo davanti a un *computer* e a pensare, elaborare informazioni e produrre idee.

E poi non dimentichiamo che l'ufficio è da sempre terreno di ricerca e, se è così, vorrà pur dire qualcosa!

Negli ultimi cinquant'anni certamente sono cambiate le esigenze, le condizioni e le vicissitudini economiche e sociali di contorno, ma l'ufficio è sempre rimasto al centro di una spinta di rinnovamento forte, le cui radici affondano in una tradizione sperimentale, che si è alimentata delle più importanti innovazioni tecnologiche della storia.

A questo punto credo sarà chiaro a tutti che quello di apertura non era solo un auspicio ambientalista (peraltro ambito), né un sinistro anatema contro certi settori della società contemporanea e nemmeno una riflessione sulle potenzialità di crescita di una seppur florida Green Economy... parlavo solo di come sta cambiando l'ufficio, il modo di viverlo, di lavorarvi, di pensarlo e progettarlo da parte degli architetti.

Ma prima di tutto è giusto puntualizzare una cosa: quando penso all'ufficio penso a un fenomeno di "rinnovamento sano", autentico, reale, e questo perché è sempre scaturito da condizioni di cambiamento sociale o di innovazione tecnologica di inequivocabile importanza. In questi anni, sono arrivati i *computers*, Internet, la Globalizzazione e tutto è cambiato. Voglio dire, niente a che vedere con quel Carnevale folle che, ad esempio, ha attraversato la sala da bagno negli ultimi dieci anni: tutti quanti si sono messi a disegnare sanitari e rubinetti con le forme più assurde e poi qualcuno, quelle forme, le ha anche realizzate, con il risultato che è diventato sempre più difficile fare centro nel buco del wc.

Ecco in quel caso non mi pare si sia trattato di autentica necessità di rinnovamento e forse nemmeno di evoluzione. Si è trattato forse di moda, di affari, di *marketing*... e non sono sicuro che ne sia valsa la pena.

Così proviamo a partire dall'inizio, o almeno proviamo ad ancorare questo breve *excursus* all'evento che più ha segnato anche questa parte dell'evoluzione: la comparsa del *computer*. Una macchina misteriosa, complicata e ingombrante, che avrebbe aiutato un bel po' nei calcoli e nelle addizioni. Ebbene sì, quella sarebbe stata una delle più importanti innovazioni in ufficio, tanto che di lì a poco nessuno avrebbe più potuto chiudere gli occhi di fronte alle novità dirompenti che l'informatica portava tra le scrivanie di impiegati e aziende e poco tempo dopo avremmo scoperto che il mondo diventava sempre più piccolo e che le distanze si accorciavano ogni giorno di più grazie ad Internet.

All'inizio i *computer* finivano in stanze realizzate apposta, accanto a quelle per le persone, piene di cavi, luci e ventole per l'areazione; si entrava solo agghindati con camici bianchi, guanti e mascherine come al cospetto di un mostro o un alieno. Poi sono diventati più piccoli, come in una specie di processo evolutivo; prima hanno abbracciato dolci signorine dalle dita affusolate (dattilografe esperte), fino a ridursi tanto da assomigliare sempre più alle ben più "innocue" macchine per scrivere, zie più che sorelle, del *personal computer*. Per anni abbiamo assistito ad una specie di corsa alla miniaturizzazione dei *devices* informatici, che parallelamente diventavano via via più potenti, facendo impazzire i dirigenti al cospetto dei *trend* di crescita della produttività. Come sempre ci vuole del tempo prima di capire in quale direzione orientare il timone delle opportunità e questo è valso anche nel caso del *computer*. Così è accaduto che tutte le cosiddette società evolute hanno più o meno interpretato la novità come strumento di crescita e hanno abbracciato una filosofia del lavoro, che non è mai più stata quella della mera sussistenza (alimentare). Ad un certo punto tutto sembrava girare per il meglio e si è diffusa l'idea di una crescita infinita delle economie (qualcuno chiama questa idea capitalismo), e in ufficio la corsa all'afferma-

zione professionale, alla progressiva acquisizione di potere, a volte addirittura finalizzato solo al sorpasso sugli altri. Oggi scopriamo che le risorse non sono infinite e che le previsioni erano sbagliate; il risultato è che tutti ci sentiamo più soli, stressati, insoddisfatti e siamo sempre più precari. In questo quadro, al progettista non resta che provare a metterci una pezza e, visto che ci attendono anni certamente più difficili di quelli passati, cercare almeno di rendere meno noiosi questi lunghi periodi di soggiorno in una stanza d'ufficio. L'obiettivo è trasformare il lavoro in un momento di piacere, di sogno o almeno di possibile benessere. La comunicazione virtuale e l'uso di Internet dicevamo hanno reso l'informazione disponibile ovunque e in qualsiasi momento. *Computer, tablet pc* e telefoni cellulari oggi permettono di essere aggiornati in tempo reale su ciò che accade in quasi ogni angolo della terra. Una circostanza come questa non poteva non comportare novità sul pianeta "ufficio": tutte quelle scatole grigie, campeggiate sulle scrivanie dei colleghi, diventano strumenti d'una importanza ed efficacia inattese e ampliano questa volta sì verso l'infinito, il bagaglio di informazioni disponibili (e speriamo accessibili) attraverso la rete.

Non serve oggi continuare a pensare lo spazio solo in termini fisici, una bella fetta di questo spazio è diventato virtuale e non ha più senso cercare un posto dove mettere una libreria, che non è più fatta di legno, ma di *bit*. Uffici e spazi di lavoro sono tra gli ambienti, che appunto devono essere ripensati alla luce di questa novità. Oggi solo il 39% dei lavoratori opera stabilmente alla stessa scrivania (risorsa: Fraunhofer-Institute for Industrial Engineering – IAO), e questo non è che uno solo dei fattori che hanno già trasformato profondamente il modo di pensare e di informarsi di una larghissima fetta della popolazione mondiale e che inevitabilmente finirà per condizionare anche la forma di tutti quei luoghi in cui vanno in scena le azioni di un uomo. L'ufficio oggi non è più soltanto un luogo di lavoro per gli impiegati, bensì uno spazio sociale prima di tutto. Nell'economia dell'informazione e della conoscenza è di fondamentale importanza il confronto delle opinioni, la trasmissione e la comunicazione delle idee e per questo anche l'incontro delle persone. Oggi conta più che mai l'interazione tra gli attori di questa industria dei pensieri, che poi è la società contemporanea.



Rojkind Arquitectos, *Uffici Nestlé*, Messico 2007-2009.

L'ufficio diventa la fabbrica in cui si mettono insieme i vari pezzi per comporre l'informazione, è il *supermarket* della conoscenza e la piazza dove si consuma la maggiore delle interazioni sociali della nostra civiltà.

Cercando lungo la strada di questa innovazione, capita quindi inevitabilmente di imbattersi nel lavoro svolto da Vitra, azienda svizzera attenta ai cambiamenti del pianeta ufficio e soprattutto interessata a raccogliere in erba segnali di evoluzione nei comportamenti e negli stili di vita dei lavoratori moderni. Recentemente l'azienda ha innescato un'interessante operazione di rinnovamento progettuale sugli spazi di lavoro, recuperando, e in parte forse anche ripartendo da lì, una radiosa e acuta ricerca degli anni Novanta sulle dinamiche evolutive dell'ufficio come ambiente di lavoro. Nel 1992 Vitra invita Andrea Branzi, Ettore Sottsass e Michele de Lucchi a compiere una sorta di riflessione sui cambiamenti che hanno caratterizzato l'ufficio e il suo progetto in senso lato (ovvero il lato degli architetti) e chiede a ciascuno di loro di elaborare una propria interpretazione evolutiva provando a prefigurare come sarebbe stato l'ufficio del futuro. Da quella ricerca emergevano ambienti di lavoro più simili alle stanze di una casa che a segreterie, uffici o sale riunione: spazi informali, flessibili e personali, tutti caratterizzati da un elevato livello di *comfort* e di libertà. In quei progetti stavano i semi delle soluzioni adottate oggi dalle principali aziende del mondo e che ritroviamo negli uffici di Google, Facebook, 3M, Nestlè, Saatchi and Saatchi o Apple, nessuna esclusa. Se negli anni Settanta gli "operativi" erano caratterizzati da partizioni massicce e da divisori alti e opachi, che relegavano ciascun operatore in una specie di isola deserta su cui lavorare utilizzando informazioni o documenti tutti reperibili direttamente "sull'isola", oggi ciò che più conta è l'interazione e lo scambio dei dati. Le idee vincenti non scaturiscono mai dal lavoro di uno solo, ma sono frutto di integrazione intellettuale e figlie della condivisione del sapere; è la democrazia del pensiero che ormai genera ciò che sempre più assomiglia al prodotto industriale del nostro tempo: le idee. Le informazioni arrivano da qualunque direzione e sono disponibili "qui ed ora"

qualunque sia l'origine o la fonte. Individuale può essere l'intuizione, ma questa poi ha bisogno sempre di essere condivisa, coltivata, sperimentata, verificata e incrociata con il contributo di mille altri operatori (umani e non), fino a farne un dato utile, come dire valoriale.

È chiaro quindi come sia stato decisivo abbattere proprio quei divisori, farli prima bassi e poi trasparenti; allora, gli operatori hanno iniziato prima a incontrare gli sguardi dei colleghi e dei clienti in visita, hanno iniziato a parlare tra loro e comunicare, fino a trasformare l'ufficio in un luogo aperto sempre più simile alla piazza, oppure a un luogo pubblico e informale quale è, per l'italiano il bar, un luogo in cui si parla con tutti e di tutti gli argomenti... così nascono le meraviglie!

Se proviamo a guardare l'intera faccenda dal lato dell'impresa, l'obiettivo dell'azienda è sempre stato quello di migliorare (ottimizzare) la propria competitività, ovvero aumentare la produzione contraendo i costi e questo risultato passa necessariamente attraverso l'aumento della produttività di ogni singolo fattore del processo di produzione, non ultimo il lavoratore/impiegato quale soggetto principe della filiera.

Gli psicologi affermano che esiste una connessione diretta tra la produttività di ciascun operatore e la qualità generale del posto di lavoro o il livello di *comfort* della postazione, che ciascun livello è chiamato ad occupare, dallo stagista al dirigente.

Star bene significa lavorare in un ambiente dinamico, stimolante, propositivo; trovare ogni mattina un buon motivo per andare in ufficio e magari non soffrire l'eventuale necessità di prolungare il proprio turno di lavoro.

Ogni lavoratore vorrebbe veder riconosciuto il proprio contributo, sentirsi parte importante del *team*, riconoscersi nell'azienda o nell'organizzazione per cui lavora. L'obiettivo dell'impresa poi è quello di guadagnare e realizzare utile attraverso la produzione di beni e servizi. Insomma, esistono mille motivi diversi per cui interpretare positivamente la propria occupazione (da una parte e dall'altra "della barricata") e ognuno ne ha di propri, ma certo

è che la maggior parte di noi crede tutto dipenda più da scelte amministrative che dal disegno di una scrivania, d'una maniglia o dalla scelta di un colore... e invece non è proprio così! Star bene può voler dire anche lavorare nella posizione che si ritiene più comoda, oppure semplicemente poter cambiare quella posizione quando e come si vuole nel corso del proprio periodo lavorativo. Così si smonta la teoria classica dell'ergonomia e uno sdraio o un'amaca possono diventare migliori di qualsiasi seduta operativa per fare calcoli matematici o stilare un rapporto di bilancio o una strategia di *marketing*. L'uomo torna al centro dell'universo quindi e diventa la discriminante principale di qualsiasi progetto di interni. Bisognerebbe che tutti gli architetti avessero ben chiaro in testa di cosa è fatto un ufficio e anche tutti gli altri luoghi del lavoro. Contano prima di tutto lo spazio, il colore, la luce e i materiali... l'acustica e il micro-clima interno, ma conta anche la qualità del lavoro, delle persone, delle relazioni. È per questo che ogni designer dovrebbe adoperarsi al massimo, per comporre meglio che può ciascuno di questi ingredienti, così da migliorare l'esperienza di ciascun abitante e, in qualche modo, arricchirlo. Mi torna in mente allora che qualche anno fa venne inaugurato il nuovo quartier generale della Cabel a Empoli e allora molti dei dipendenti, trasferiti nei nuovi uffici, avevano preso l'usanza diffusa di accompagnare familiari e parenti in visita alla propria postazione, per mostrare loro quel luogo così bello e informale, che certamente avrebbe suscitato un pizzico di invidia. Ogni giorno capitava di vedere una mamma o dei bambini spostarsi uniti e ordinati, in fila dietro a qualche Cicerone eccitato; spalancavano la bocca per la sorpresa, ridevano, toccavano tutto e talvolta strabuzzavano gli occhi di fronte a qualcosa che non avevano ancora mai visto. Anche questo vuol dire un buon ufficio! Corner Cafè, sale di attesa, spazi per la ricreazione e anche zone per il *relax* e le attività sportive: sono queste le funzioni destinate ad assumere sempre maggior peso dentro a ogni ufficio. La musica tornerà a essere parte attiva del progetto (lo avevano suggerito, anni fa, David Byrne e Brian Eno scrivendo musiche per aeroporto) e così i profumi, dei fiori magari, o semplicemente della

“verdura fresca”, che si arrampica su verticale anche sui muri. Questo non è un sogno, ma la migliore realtà che possiamo immaginare per il nostro lavoro... e io sono pronto a scommettere che non sarà poi così male: al lavoro in mezzo all'orto!



Massimo Mariani, *Uffici Cabel*, Empoli, 2008.



Massimo Mariani, *Uffici Cabel*, Empoli, 2008.



Philippe Starck, *scrivania Baobab* per Vitra, 2007.



Maurice Calka, *scrivania Boomerang*, 1969.



mentre emergono solo i contenuti espressi dagli occhi, dalla bocca e dal gesticolare. La cattedra che ci è più familiare è quella della scuola elementare: la signora maestra (che di Galileo è una pallida copia) dietro la cattedra chiusa può permettersi il lusso di togliersi le scarpe e di stare come vuole senza che, tra l'altro, gli studenti le guardino le gambe. L'autorevolezza della persona che insegna prescinde da tutto ciò che avviene sotto la cattedra, in termini assolutamente familiari, di comodità o di piccoli vizi personali.

Non sono sicuro che oggi la cattedra (il tavolo dotato di frontale chiuso) sia ancora così necessaria; penso che lo status della persona che deve esprimere autorevolezza possa essere affermato anche mediante un tavolo aperto sul davanti; questo, logicamente, implica una naturale compostezza della persona e comporta una discreta profondità del tavolo che così, in parte, costituisce il correttivo alla visibilità diretta delle parti basse del corpo.

Nel movimento di avvicinamento al posto direzionale, è ammesso che le gambe del manager siano visibili da lontano; d'altro canto l'assenza della schermatura frontale può essere sopperita da una moltitudine di accorgimenti di ordine tecnologico, anche sofisticati, i quali diventano essi stessi il punto focale per chi proviene da lontano; in questo caso lo spettacolo della "macchina scrivania" diventa fondamentale, mentre la parte materiale della persona passa in sott'ordine.

Non può stupire il fatto che, in tempi recenti, il piano in vetro sia diventato lui stesso un elemento generatore di status: in questo caso alla scrivania manca, addirittura, anche la schermatura orizzontale. Simili apparecchiature richiedono al manager la enfaticizzazione dell'espressività e la coltivazione della eleganza comportamentale: la sua teatralità dovrà forse essere studiata nelle scuole di recitazione, di mimo o di coreografia, affinando scientificamente la naturale predisposizione di un individuo ad essere capo.

Portando il discorso ancora più al limite, credo che, da detentore di status symbols, ogni megamanager tenda a coincidere col simbolo di se stesso; le sue attrezzature diventeranno sempre più incorporee".

Un altro illustre esempio di scrivania in legno con frontale è la Re-

solute desk, una grande scrivania del XIX secolo costruita per volontà della regina Vittoria e donata al Presidente degli Stati Uniti d'America Rutherford B. Hayes nel 1880. Costruita con il legno della Resolute (nave d'esplorazione britannica HMS), la scrivania fu collocata di volta in volta in varie stanze della Casa Bianca e fu Jackie Kennedy che, per prima, nel 1960, ne apprezzò lo stile e il valore antiquario al punto che decise di collocarla all'interno dello Studio Ovale, dove si trova ancora oggi e dove viene tuttora utilizzata dai vari presidenti degli Stati Uniti.

Passando a modelli più contemporanei vogliamo ricordare la scrivania *Boomerang* disegnata dall'artista francese Maurice Calka alla fine degli anni '60. Questo modello in fibra di vetro uscì in edizione limitata (solo 35 pezzi di cui uno andò a Georges Pompidou), ma nel 2010, Serge Calka ha presentato, in onore del padre, una riedizione di questa famosa scrivania durante l'International Furniture Fair di Singapore: ogni pezzo può essere realizzato su richiesta da un *team* di scultori specializzati nella lavorazione della fibra di vetro.

Altra interessante scrivania, progettata da Philippe Starck e prodotta nel 2007 da Vitra, è *BaObab*, la cui forma organica e sinuosa è ispirata al seme della pianta dalla quale prende il nome: concepita in particolare per uffici, *retail*, ambienti *business*, questa postazione da lavoro può essere posizionata liberamente negli ambienti e contribuisce a conferire loro un'immagine di freschezza e originalità. Costruita in un unico blocco di polietilene con il piano in poliuretano e i ripiani in MDF ha un aspetto scultoreo e avvolgente che non trascura le esigenze funzionali del "nuovo ambiente ufficio", prevedendo utili passacavi e spazi di contenimento, caratteristici della "fase elettronica" della nostra cultura occidentale.

Affascinante come una struttura di Calatrava, la scrivania *Cavour* risale invece al 1949. Si tratta di un pezzo *vintage* di elevato valore estetico, progettato da Carlo Mollino e oggi riproposto dal marchio Zanotta: la sua forma è dinamica e le linee pulite ed essenziali; presenta un piano di cristallo, mentre la struttura è realizzata in rovere naturale o in rovere tinto *wengè* con casset-

tiera e vano porta-oggetti con parti laccate lucide di colore nero. Tra i modelli più noti di scrivania occorre infine ricordare *Big-bend* disegnata da Jeff Miller e prodotta da Cerruti Baleri: il designer americano sovverte i ruoli tradizionali di struttura e superficie creando un interessante gioco di chiaro-scuro. Due fogli identici di legno curvato multistrato accoppiati formano i suoi lati e sostengono il piano: struttura e superficie si combinano, in un unico materiale omogeneo, creando una forma archi-sculturale, leggera, planare ed aperta e riescono così a dar vita a una combinazione capace di caratterizzare fortemente un ambiente .



Jeff Miller, scrivania *Big Bend* per Baleri Italia, 2006



I pad, tablet computer per Apple, 2010.

Dalla scrivania al desktop

Spesso il *desktop* viene usato come il suo equivalente fisico ovvero la scrivania, ma senza dubbio una delle sue caratteristiche più interessanti consiste nel riuscire a coniugare sinergicamente la ricerca tecnologica e informatica agli aspetti applicativi e prestazionali, consentendo all'utente concrete possibilità di ottimizzare il proprio tempo ed il proprio lavoro. Questo paradigma era stato teorizzato già nel 1960 dallo psicologo statunitense J. C. R. Licklider nel suo noto articolo *La simbiosi uomo-computer*. Psicologo per formazione, Licklider, era però anche un informatico – (in un'era nella quale l'informatica stava appena nascendo) - e operava come direttore di un laboratorio nel prestigioso MIT di Boston. La sua fama di scienziato e le sue brillanti intuizioni avevano spinto la società ARPA (Advanced Research Projects Agency), che stava gettando le basi di Internet, a reclutarlo. Tra le innovative teorizzazioni sue e di altri ricercatori vi fu la interattività dell'uomo con la macchina che doveva necessariamente essere semplificata nonostante fosse mediata dalla presenza degli amministratori di sistema, che risolvevano molti dei problemi quotidiani agli utenti. Con la nascita dei microprocessori, che videro Federico Faggin tra i principali protagonisti, la potenza di calcolo dei *computers* raggiunse la scrivania del singolo e rese necessario un approccio facilitato al sistema, visto che l'utente medio non era necessariamente un informatico.

In effetti, nei primi anni Settanta, presso lo Xerox PARC (Palo Alto Research Center), era stata sviluppata una interfaccia grafica che simulava una scrivania, permettendo così all'utente di gestire, tramite delle icone, degli oggetti virtuali che avevano analogie con quelli che quotidianamente utilizzava sulla sua scrivania fisica. Sfortunatamente, l'alto costo del sistema lo rendeva inaccessibile all'utente medio e il progetto rimase sperimentale e usato solo all'interno del Centro di Ricerca per lungo tempo, finché non suscitò l'interesse di Steve Jobs. Questi, durante una visita al PARC nel 1979, provò l'interfaccia grafica e ne intuì la funzionalità, tanto da crearne una per il suo *personal computer* Lisa, tra i

primi della neonata casa Apple: anche questa volta, l'elevato costo del sistema lo rese un fiasco commerciale, ma questo non fece desistere la Apple dal promuovere la nuova forma di interazione che, come per lo Star, comprendeva un *mouse*, dotato di un solo tasto, e puntava moltissimo sulla semplicità d'uso del sistema basato sulla metafora della scrivania.



Lisa, Apple computer, inizi anni Ottanta.

Dopo questo evento, solo passi avanti con le realizzazioni di Macintosh (sempre di Apple) e di Microsoft Windows che hanno reso la metafora della scrivania parte integrante della nostra vita quotidiana.

Su questo piano virtuale possono, infatti, essere poggiati oggetti elettronici come *file* o cartelle ed utilizzati come faremmo con gli oggetti reali che teniamo sulla scrivania. Così come la scrivania, anche se in una dimensione spaziale diversa, il *desktop* diventa lo specchio della personalità, delle tendenze e dei gusti del proprietario: basti pensare alla personalizzazione dello sfondo, che spesso si configura come un vero e proprio portaritratti, oppure una finestra sulla natura, o quant'altro di squisitamente personale.

Esistono, a tal proposito, dei *software* e dei servizi *internet* specializzati, in grado di fornire immagini su temi a scelta che vengono sostituite a frequenza prestabilita, anche più volte al giorno. La metafora di "propria scrivania" è così diffusa che qualsiasi sistema operativo prevede la possibilità, in caso di multiutenza, di impostare e gestire un *desktop* distinto per ciascun utente, con impostazioni e contenuti diversi.

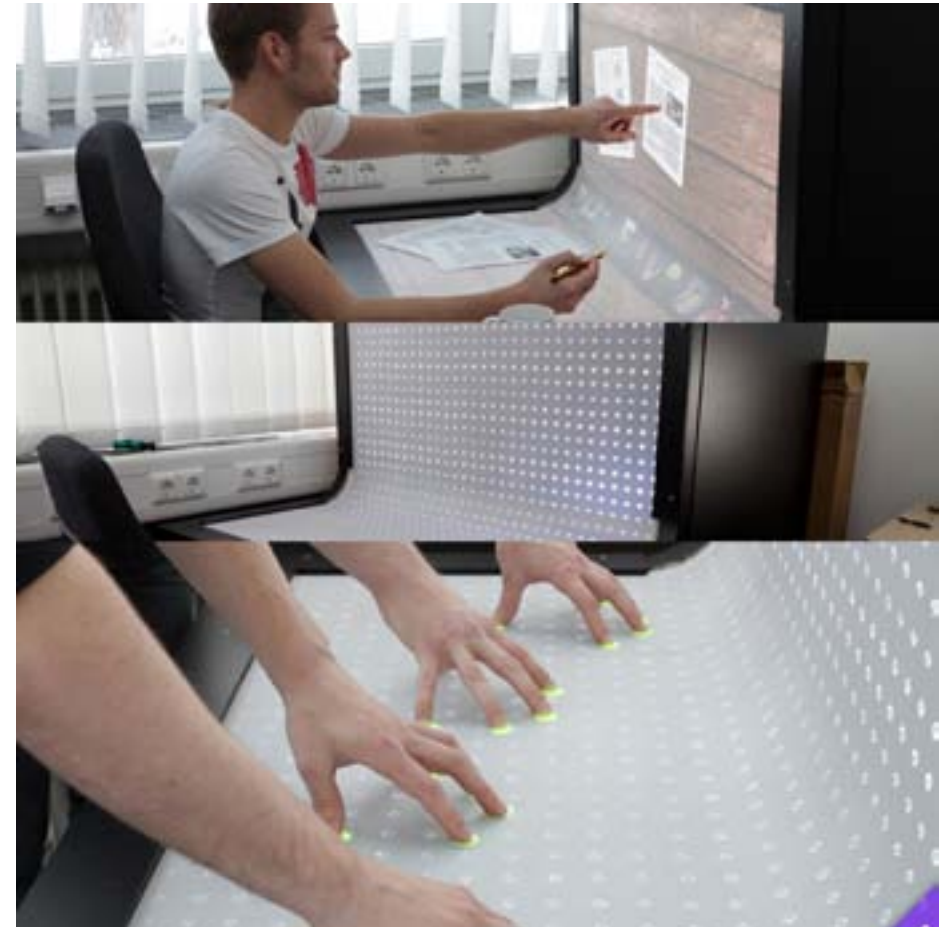
Interessante, in questo contesto, appare il *concept* BendDesk ideato dai ricercatori tedeschi del Media Computing Group, dell'Aachen University, che hanno proposto un sistema capace di consentire l'interazione continua tra superficie reale e virtuale: si tratta di una scrivania interattiva *multi touch* curva a 90 gradi che permette di appoggiare oggetti e allo stesso tempo manipolare elementi virtuali.

La realtà virtuale - originariamente nata come una tecnologia "imitativa" per consentire di operare senso-motoriamente, nella maniera più reale possibile, in ambienti e compiti difficilmente accessibili nella realtà - si è quindi impegnata a costruire una "copia" del reale il più fedele possibile al reale stesso, sia per quanto riguarda la percezione sia per quanto attiene la risposta dell'ambiente virtuale all'azione motoria del soggetto che interagisce con esso. Si tratta, a questo punto, di valutare il "*valore conoscitivo dell'immaginale*" (T. Maldonado, 1992), ossia di capire se l'interazione diretta con una realtà virtuale, "materializzata" dalla tecnologia digitale, sia veramente in grado di arricchire l'esperienza conoscitiva individuale o collettiva, (anzi di fornire più esperienza di quella che si sarebbe potuta raccogliere nel rapporto con una realtà, diciamo più empirica) o se in futuro si tenderà a rafforzare il "dialogo" tra reale e virtuale in modo che mondo fisico e mondo digitale siano sempre più interconnessi, al punto di poter parlare di una "realtà aumentata".

Oltre a non esserci separazione tra "mondo reale" e "mondo virtuale", secondo Jurgenson, sociologo presso l'Università del Maryland, non si può nemmeno parlare di una separazione tra un "sé reale" e un "sé virtuale". Egli critica, infatti, l'uso del con-

cetto di “secondo sé” che l'antropologa del *cyborg* Amber Case fa per descrivere la nostra presenza *online*. Secondo Jurgenson non esiste, una divisione concettuale tra un “primo” e un “secondo” sé, poiché “*le persone stanno avviluppando il loro sé fisico e digitale a tal punto che la distinzione sta diventando sempre più irrilevante*”. Molta della letteratura che problematizza questa separazione tra virtuale e reale critica i social *network* sostenendo che le persone stanno barattando il contatto faccia-a-faccia, ricco, fisico e naturale, con quello digitale, virtuale e di tipo triviale che si crea su Facebook.

L'alternativa proposta da Jurgenson vede invece la nostra realtà quotidiana come digitale e materiale, insieme: una “*realtà aumentata*”, un *cyborg-self* che consiste di un corpo fisico così come di un profilo digitale che mettono in atto un dialogo costante.



Concept Bend Desk, multi touch screen sviluppato dai ricercatori del Media Computig group.



Sulla scrivania tradizionale dal calamaio alla penna usb

Albert Einstein, il famoso genio disordinato, opponeva ai maniaci dell'ordine questa argomentazione spiazzante: *"Se una scrivania in disordine denota un spirito confusionario, che dire di una scrivania vuota?"*. Questa citazione ha certamente ispirato Eric Abrahamson, professore americano che fa l'elogio del disordine nel suo libro intitolato *"A Perfect Mess: The Hidden Benefits of Disorder"*, pubblicato nel 2008. Secondo la tesi di questo professore di *management* alla Columbia University, l'impiegato disordinato risulta essere addirittura un potenziale per le imprese: un esempio su tutti è che nel disordine ci vuole il 36% di tempo in meno per ritrovare i documenti di cui si ha bisogno, rispetto al cercarli in una pila di fogli perfettamente allineati. La serendipità, che già nel Settecento Horace Walpole (1717-1797) definiva come *"Quella qualità che, attraverso la fortuna e la sagacia (sagacia intesa come uno stato personale di allerta, consapevolezza e comprensione), permette ad una persona di scoprire qualcosa di positivo mentre è alla ricerca di qualcosa d'altro"*, è una "prassi" che sembra affermarsi anche sul posto di lavoro soprattutto in quei settori dove la presenza di un contesto che offre diversi stimoli cognitivi può favorire la nascita e lo sviluppo di idee che hanno portato (e che certamente porteranno) a grandi innovazioni.

Ma quali sono gli oggetti presenti sulla scrivania di un tempo e quali invece caratterizzano le esigenze dell'uomo contemporaneo?

Sicuramente, tra i protagonisti di oggi e di ieri, troviamo la penna, oggetto rappresentativo del successo, con una carica simbolica fortissima, diventata nei secoli segno di cultura e, sotto certi aspetti, anche di potere (un motto era: *"ferisce più la penna che la spada"*). La penna, intesa come strumento per la scrittura, deve il suo nome alla penna d'oca che, accoppiata al calamaio di inchiostro derivato dal greco antico *calamos* (καλαμος), era il mezzo più diffuso per la scrittura fino ai primi anni del '900.

"Isidoro di Siviglia nella prima metà del VII secolo, nella "Origines"

parla per la prima volta di penne d'uccello che convenientemente tagliate servivano per scrivere. A seconda del tipo di tratto si usavano penne di uccelli differenti: quella d'oca per il disegno corrente, di corvo per le linee sottili, di cigno per le linee lunghe e spesse, usate soprattutto per i bordi dei disegni. Per la loro preparazione si utilizzavano strumenti appositamente costruiti formati dal taglia piume, dal taglia punte e dal coltellino per tracciare l'incisione in asse alla punta. Per ottenere disegni più "leggiadri" al posto delle piume d'uccello si usavano piccole cannuce vegetali." (A. Ubertazzi, Gli strumenti per il disegno, Catalogo della Galleria del disegno alla Triennale di Milano del 1979)

La penna d'oca, opportunamente appuntita, si imbeveva nell'inchiostro del calamaio e, sfruttando le pareti della cavità naturale del tubetto di cheratina, permetteva la scrittura di qualche rigo senza dover essere ricaricata; ma l'inchiostro liquido, per sua natura, poteva gocciolare ed imbrattare la pagina scritta, si asciugava con difficoltà e spesso lasciava aloni dovuti al contatto con la mano di chi scriveva. Inoltre la punta si consumava facilmente ed il tratto non era mai uniforme alle varie angolazioni e, di conseguenza, per ovviare al problema si inventarono i pennini di acciaio molto più durevoli.

L'idea di modellare un pennino metallico non è recente. Gli Egiziani l'avevano già pensato come del resto i Romani che arrotondavano fogli di rame per confezionare calami conici, ma le prime sporadiche comparse di veri pennini risalgono al 1691 e sono da correlarsi alla buona volontà delle religiose di Port Royal che fabbricavano autonomamente pennini di rame, per risparmiare. Nel XVIII secolo l'utilizzo del pennino diventa un'abitudine diffusa: nel 1717, i verbali degli Stati generali dei Paesi Bassi venivano redatti con pennini di forma tubolare in argento, montati su cilindri/penne anch'essi d'argento; nel 1738, abbiamo come documento una lettera inviata da Voltaire a Thierot per fare un'ordinazione di pennini d'oro, mentre nel 1763, la principessa di Carignano donò al piccolo Mozart pennini d'argento per il suo settimo compleanno.

Penne Casa Fondata nel 1822.

John Mitchell's
Birmingham,
INGHILTERRA.

02		0419 EF Extra Fine
0121		0419 F Fine
0138 EF		0419 Moderately Fine
0325 EF		0419 M Medium
0419		0419 B Broad
0621 EF		0621 EF Extra Fine
0671 EF		0621 F Fine
715 EF		0671 EF Extra Fine
736 EF		0671 F Fine
X		715 EF Extra Fine
		715 F Fine
		715 M Medium
		736 EF Extra Fine
		736 F Fine
		X Fine
		Y Medium
		Z Broad

Queste Penne si possono avere in tutte grossezze di punta.

Queste Penne si possono avere in tutte grossezze di punta. Per acquistare le Vere Genuine Penne, esigete la Marca JOHN MITCHELL'S

JOHN MITCHELL,
BIRMINGHAM.

Catalogo dei famosi pennini Mitchell's, Birmingham circa fine Ottocento. (collezione privata)

In quegli anni, il mancato successo di questo piccolo ma utilissimo strumento fu dovuto principalmente al fatto che non poteva essere prodotto in serie, per comprensibili difficoltà di ordine tecnico, ed era quindi ritenuto uno strumento d'élite, in quanto costruito a mano: solo la rivoluzione industriale permetterà al pennino di affermarsi come indiscusso intermediario della scrittura. Gli inventori dei primi pennini artigianali furono gli inglesi Gillot, Mason, Mitchell, Perry, ma fu soprattutto Gillot che, grazie al suo apprendistato con il celebre coltellinaio Skinner, si impadronì dei segreti del procedimento industriale di fusione, tempra e laminazione dei metalli e in tal modo, sfruttando le possibilità offerte dai nuovi macchinari, cominciò a produrre manufatti industriali il cui prezzo era notevolmente inferiore a confronto di quelli realizzati artigianalmente.

Rispetto all'Inghilterra, nel resto d'Europa la diffusione del pennino procedeva più lentamente: il francese Pierre Blanzky, importatore di pennini dal Regno Unito, fu il primo a permettere alla Francia d'intuire l'importanza e la potenzialità del pennino industriale tanto che strinse accordi tecnico/commerciali con i più importanti produttori britannici. Dal 1905, seppur lentamente, si cominciò a produrre pennini anche in Germania mentre in Italia e in America occorrerà aspettare il 1920. La marcia trionfale del pennino continuò ad espandersi fino in Cina e in Giappone, nonostante in questi paesi si usasse normalmente il pennello per gli ideogrammi.

Parallelamente all'industria del pennino, nacque quella delle scatole per contenerli, realizzate principalmente con latta e cartone e impreziosite da serigrafie, etichette colorate, disegni e grafica d'effetto per diffondere al meglio il loro contenuto: i Francesi riportavano sulle etichette figure di scrittori famosi, eroi romantici, episodi di storia militare, mentre quelle italiane, esaltavano la monarchia e soprattutto il regime fascista, il militarismo, l'audacia, la velocità e la vittoria; le tedesche, invece, evidenziavano la carica simbolica dell'aquila nera, delle croci uncinata e delle scene militari.



Scatole porta pennini in cartone, anni Trenta - Quaranta.

Vennero fabbricati infatti pennini con nomi più o meno importanti, con le forme più varie (a torre, a forma di manina con dito), pennini protesi per combattere il crampo dello scrittore, pennini di vetro e anche pennini d'oro e d'argento con steli o cannuce (stilofori) altrettanto pregiati in cui inserirli e, per i più abbienti, pennini con pietre preziose.

All'inizio essi erano molto costosi e venivano forgiati da pochi esperti artigiani; seguì poi un processo di industrializzazione che ne permise una grande diffusione a prezzi molto ridotti. La scrittura con l'acciaio era però molto meno morbida rispetto a quella ottenuta con la penna animale e, quindi, meno apprezzata; in particolare, non si risolvevano i problemi derivanti dal maneggiare l'inchiostro liquido sopra al foglio.

Una evoluzione logica della scrittura con l'inchiostro liquido è stata offerta dalla penna stilografica (il primo prototipo fu realizzato in bronzo e corno da Scheller a Lipsia nel 1780), che è considerata ancora oggi un ottimo strumento per la scrittura di alta qualità, anche se ormai raro: come è noto, la stilografica non necessita di calamaio (in quanto la riserva di inchiostro è interna alla penna) e permette una scrittura fluida e scorrevole per molti fogli consecutivi. Essa era, ed è ancora, uno strumento piuttosto costoso che comunque richiede accortezze particolari e pulizie frequenti perché l'inchiostro tende a essiccarsi e quindi a ridurre le capillarità che alimentano il pennino. Essendo stato considerato per lungo tempo uno strumento destinato alle *élites*, la sua struttura viene considerata ancora oggi un bene di lusso cui non mancano quasi mai inserti preziosi, pennini in oro e contenitori raffinati.

Relativamente alla scrittura popolare però, fino alla fine degli anni '50, il mezzo tradizionale più diffuso era sempre il pennino associato al calamaio, come è ancora testimoniato dai banchi di vecchie scuole che disponevano del tipico buco sul pianale per inserirvi il calamaio.

Mancava ancora uno strumento pratico, economico e facilmente trasportabile, un sistema versatile, come la matita, ma affidabile

e non cancellabile. Tale strumento era stato pensato per molto tempo (si dice che anche il grande Leonardo da Vinci avesse cercato soluzioni in merito) ma le prime proposte interessanti e realizzabili si ebbero solamente nel 1938 quando il giornalista ungherese László József Bíró pensò a un dispositivo a sfera per trasferire l'inchiostro alla carta da un serbatoio interno: sembra che l'idea gli sia venuta vedendo una palla che rotolava in una pozzanghera e lasciava poi una striscia bagnata sulla strada. Si dice anche che sia stato Italo Calvino, qualche anno dopo la sua diffusione, a chiamare "biro", la penna a sfera in onore del suo inventore.

In realtà, a una analisi più approfondita, si scopre che la storia della biro è molto più accidentata di quanto emerge dai vari aneddoti: alla sua origine vi sono moltissimi brevetti documentati e forse anche alcuni imbrogli, complice probabilmente il disorientamento del periodo bellico.

Sembra infatti che, prima di Birò, nel 1935, due cecoslovacchi, Frank Klimes e Paul Eisner avessero commercializzato la Rolpen, prima penna a sfera in cui l'inchiostro era forzato da un piccolo pistoncino, ma la loro invenzione non ebbe mai un riconoscimento ufficiale.

Ritornando a Birò, pare che egli fosse fuggito in America Latina con il fratello Gyorgy, come lui chimico, attraverso la Francia dove tentò, già nel 1939, di produrre le sue penne. Possedeva una intelligenza eclettica: giornalista, ipnotista, pittore e scultore si dedicò anche all'automobilismo inventando un particolare tipo di cambio automatico (vinse addirittura una gara pilotando una Bugatti). Birò aveva scelto di rifugiarsi in Argentina perché invitato in quel paese dal presidente Augusto Justo che lo aveva conosciuto in Jugoslavia dove lo aveva visto usare una penna senza pennino, che non richiedeva continue ricariche (si trattava del prototipo che Birò usava quotidianamente): colpito da quella invenzione, Justo gli aveva proposto di avviare la produzione di quel particolare tipo di penna proprio in Argentina. Non avendo capitali, l'ungherese fu finanziato dall'inglese Henry Martin, con cui fondò la società Eterpen: la Stratopen, questo era il nome del

nuovo “strumento” per scrivere, funzionava con l'inchiostro a caduta, per cui la penna doveva essere tenuta in posizione verticale, mentre l'inchiostro doveva possedere una particolare densità che cambiava con la temperatura e l'umidità. Tuttavia, dopo i primi entusiasmi per la novità, il sistema si rivelò un vero fallimento commerciale perché la penna a volte macchiava e a volte non scriveva, con le immaginabili conseguenze negative. Biro e il fratello lavorarono molto sull'inchiostro che era un composto pastoso a base d'olio caratterizzato da veloce essiccamento; mentre diventava indelebile sulle stoffe faticava ad aderire permanentemente sulla carta. La Stratopen venne così sostituita con la Birome, migliorata a livello funzionale in quanto fu resa a scatto, con l'introduzione del concetto di capillarità per sostituire la caduta a gravità: ma gli inchiostri erano ancora inaffidabili e le penne tendevano comunque a sporcare.

Nonostante i limiti costruttivi, l'invenzione di Birò varcò i confini argentini incontrando in particolare gli interessi delle aviazioni inglese e americana che cercavano una penna pratica da usare in alta quota e che non presentasse gli inconvenienti delle stilografiche; per questo esse offrirono consistenti commesse di acquisto. Per contrastanti accordi commerciali, perfezionamenti tecnici e ritardi vari, la Birome tardò la produzione. Entrò quindi in scena anche Milton Reynolds, un uomo d'affari americano il quale, non potendo costruire la Birome (per il brevetto attivo), si avvalse del vecchio brevetto di Loud scaduto nel lontano 1905 e, prima del Natale del 1945, mise in vendita le sue penne appoggiandosi ai grandi magazzini Gimbels: questo strumento tecnicamente costituiva un passo indietro rispetto alla Birome perché funzionava con l'inchiostro erogato per gravità, ma è stato comunque un grande affare per il costruttore in quanto la penna a sfera di allora era venduta a prezzi molto alti (20\$ la Birome e 12 \$ la penna di Reynolds).

Dal 1946 anche la Birome viene venduta in USA, nei magazzini Macy's e, per la sua migliore qualità, s'impone subito sul mercato; dal 1947 in poi la Birome si diffonde in Europa; in Italia, essa debuttò a Firenze.

Un altro personaggio legato alla storia della penna a sfera è certamente Marcel Bich, che venne a contatto con i fratelli Birò, dai quali comprò il brevetto della ormai famosa penna, brevetto che poi rielaborò nel suo laboratorio in Francia. Egli lavorò un paio d'anni accanitamente per migliorare il prodotto e renderlo veramente affidabile e producibile su grande scala a prezzi accessibili. Studiò ogni minimo particolare e puntò al grande mercato statunitense e a quello globale. Bich riuscì a produrre la sua penna con tecnologia automatizzata di alta precisione e la diffuse in tutto il mondo: la penna fu venduta a un prezzo assai appetibile con una riduzione di oltre il 90% rispetto al prezzo iniziale; inoltre, per rendere il marchio più gradito agli anglofoni, tolse anche laacca finale dal suo cognome e creò Bic un marchio universalmente semplice e fortemente caratterizzato.

Alcuni anni fa Umberto Eco definì la Bic *“l'unico esempio di socialismo realizzato”*.

Successivamente a questo evento, varie altre caratterizzazioni hanno marcato la storia della penna a sfera: nel 1949 Patrick Frawley vendette in USA la sua penna a sfera retrattile, la Papermate; nel 1950 Marcel Bich vendette le sue prime BIC in Europa e, dal 1958, iniziò a produrre in USA; infine, nel 1954 la Parker lanciò la sua Jotter, refillabile, retrattile e a quattro colori.

La biro oggi

Nel tempo, la penna a sfera ha subito varie evoluzioni e adattamenti rispetto allo sviluppo tecnologico del momento e alle zone di utilizzo. In Cina e in molti altri paesi asiatici, per esempio, vengono preferite le punte da 0,38 a 0,7 mm di diametro (che meglio si adattano alla scrittura a ideogrammi); al contrario, nei paesi occidentali è molto più utilizzata la punta da 1 mm. Recentemente, grazie allo sviluppo di nuovi inchiostri, alcuni produttori hanno introdotto misure di sfera maggiorate fino a 1,6 mm che costituiscono attualmente il limite massimo reperibile in commercio. I motivi che impediscono, per il momento, l'utilizzo di sfere di maggiore diametro sono connesse principalmente al rischio di fuoriuscita accidentale di inchiostro dalla punta e alla

difficoltà che la punta ha di scrivere appena dopo l'appoggio sul foglio (detto *starting*).

Ormai esistono altre tecniche di scrittura pratiche ed efficienti simili o migliori di quelle ottenute con la penna a sfera; tuttavia esse rimangono ancora fortemente distanziate dalla enorme diffusione di questo sistema.

Un aneddoto, che sembra interessante riportare, riguarda i primi viaggi nello spazio: per paura che le biro non scrivessero in assenza di gravità, sia i russi che gli americani usavano semplici matite. Purtroppo si accorsero che le punte si spezzavano facilmente e continuavano a fluttuare nell'aria, col rischio di essere ingerite o inalate. Inoltre, siccome la grafite conduce corrente, poteva causare corto-circuiti o danneggiare le apparecchiature della stazione. A peggiorare le cose era risaputo che la grafite e il legno delle matite erano facilmente infiammabili nell'atmosfera di ossigeno puro (usata nelle prime capsule spaziali) per cui, dal momento che la matita non era certamente la soluzione ideale per scrivere nello spazio e la penna stilografica tanto meno (per la fuoriuscita di inchiostro), nel 1965, l'imprenditore statunitense Paul Fisher realizzò, a proprie spese, e di propria iniziativa, una biro pressurizzata, oggi nota come Fisher Space Pen, venduta a prezzi proibitivi alla NASA.

Nell'ottobre 2003, l'astronauta Pedro Duque ha però condotto un esperimento informale a bordo di una navicella Soyuz ed è riuscito a scrivere i propri appunti usando una normale biro, dimostrando quindi l'inutilità di una versione "pressurizzata" per scrivere in assenza di peso. Il suo appunto riferiva quanto segue: *"23 ottobre 2003 - Sto scrivendo questi appunti a bordo della Soyuz usando una penna a sfera da quattro soldi. Perché è importante questa cosa? Si dà il caso che lavoro nei programmi spaziali da diciassette anni, undici dei quali trascorsi come astronauta, e ho sempre creduto, perché così mi hanno sempre detto, che le normali penne a sfera non funzionassero nello spazio.*

"L'inchiostro non scende" dicevano. "Prova un attimo a scrivere sottosopra con una penna a sfera e vedrai che ho ragione" dicevano. Durante il mio primo volo, portai con me una di quelle costosis-

sime penne a sfera con serbatoio d'inchiostro pressurizzato, come fanno gli altri astronauti dello Shuttle. Ma l'altro giorno ero con il mio istruttore per la Soyuz, e ho visto che stava preparando i libri per il volo e che stava attaccando una penna a sfera a un pezzo di spago in modo che potessimo scrivere una volta arrivati in orbita. Notando il mio sbigottimento, mi disse che i russi usano da sempre le penne a sfera nello spazio.

Così anch'io ho preso una delle nostre penne a sfera, per gentile concessione dell'Agenzia Spaziale Europea (nella remota ipotesi che le penne russe fossero speciali), ed eccomi qua: non smette affatto di funzionare e non "sputacchia" né causa altri problemi"

La penna del designer

Il collezionismo di penne è un *hobby* diffuso da molto tempo, nato praticamente insieme all'oggetto penna che, da sempre considerato esclusivo e prezioso, è particolarmente ambito dai collezionisti.

Anticamente e, in una certa misura, anche in tempi non troppo remoti, la scrittura era appannaggio di pochi e le penne, fin dai tempi in cui si utilizzavano quelle d'oca, venivano considerate uno *status symbol* e molto spesso i potenti si facevano ritrarre con una penna in mano.

Con l'arrivo della stilografica si iniziarono a produrre dei veri capolavori del design e, anche se ora, per praticità, essa è stata superata dalle penne a sfera, la stilografica rimane la penna per eccellenza da regalare o da collezionare.

Tra le principali aziende che producono penne troviamo le italiane Aurora e Omas e la tedesca MontBlanc.

La prima, *leader* internazionale nella produzione e commercializzazione di strumenti di scrittura, nasce a Torino nel 1919. Da storica manifattura torinese, l'azienda ha guidato l'evoluzione degli strumenti di scrittura mantenendo sempre l'equilibrio tra artigianalità e tecnologia e creando oggetti con caratteristiche uniche; le fasi produttive, condotte con tecnologie computerizzate, si affiancano a lavorazioni tipiche della tradizione orafa mentre la scelta di materiali e metalli pregiati (oro, argento, madreperla,

rubini, etc.) conferisce a ogni penna il valore di un vero e proprio gioiello.

Guidata dalla famiglia Verona, da quattro generazioni significativamente presente nel mondo della scrittura, Aurora resta oggi l'unico marchio autenticamente italiano nel suo settore, con un unico stabilimento produttivo a Torino di diecimila metri quadrati che impiega circa ottanta dipendenti. Il marchio Aurora è, senza dubbio, sinonimo di eccellenza *Made in Italy* nel polo del lusso ed è riconosciuto e apprezzato a livello internazionale in oltre cinquanta paesi del mondo: i mercati emergenti dell'estremo Oriente rappresentano per l'azienda torinese un'importante opportunità di sviluppo commerciale e, soprattutto in Cina, Aurora ha incontrato un notevole successo anche a livello di immagine, per cui ha già aperto un punto vendita monomarca e numerosi *corners* personalizzati nelle principali città del Paese, tra cui Shanghai e Pechino.

Le attuali dimensioni e la struttura dell'azienda rappresentano una garanzia di flessibilità e permettono la massima rapidità di reazione alle evoluzioni del mercato e alle richieste di una clientela sempre più diversificata ed esigente. Attraverso la costante ricerca di soluzioni stilistiche all'avanguardia e la collaborazione di designers di fama internazionale, Aurora ha scritto alcune delle più importanti pagine della storia del design: già nel 1947 Marcello Nizzoli aveva creato il celebre modello "88", classico della scrittura che ha venduto oltre un milione di pezzi ancor oggi in produzione, mentre nel 1970 Marco Zanuso disegnò la Hastil, stilografica in *ecosteel* diamantato dal profilo lineare, che assieme al modello Thesi è in esposizione permanente al Museum of Modern Art di New York, accanto ai capolavori del design italiano. Ai collezionisti di tutto il mondo Aurora dedica le prestigiose edizioni in serie limitata e numerata: oggetti preziosi ed unici, che celebrano la storia dell'azienda oppure i grandi personaggi del nostro Paese: Cristoforo Colombo, Carlo Goldoni, Dante Alighieri, Giuseppe Verdi, Leonardo da Vinci, Umberto Nobile, Andrea Palladio e molti altri.



Marco Zanuso, *Thesi* (penna a sfera), *Hastil* (stilografica) per Aurora, Milano anni Settanta.

“Una penna deve dare il piacere di scrivere” amava ripetere Armando Simoni, esperto nel settore della meccanica di precisione ma anche amante del bello che viene evidenziato nella realizzazione di alcuni suoi prodotti: se la scrittura rivela l’animo di un uomo, le creazioni Omas parlano invece del loro creatore che, appassionato di cultura greca, riuscì a sublimare la passione per il classicismo nella creazione di oggetti dal design equilibrato. Le dodici faccette del celebre modello “Arte Italiana” ricordano, ad esempio, una colonna dorica, dimostrando come il quotidiano possa essere positivamente influenzato dall’arte e possa quindi divenire espressione di un linguaggio culturale: questo modello, prodotto ancora oggi, è diventato un grande classico tra le penne di lusso. Oltre alle preoccupazioni estetiche, tuttavia, l’altro grande interesse di Armando Simoni era rivolto alle questioni meccaniche: nel 1925, all’età di 34 anni, dopo aver acquisito una vasta conoscenza del settore, fonda l’azienda O.M.A.S. (Officina Meccanica Armando Simoni). Negli anni ‘30, il suo estro si esprime nella linea dodecaedrica e il grande successo dell’anteguerra sarà la “Penna del Dottore”, dotata di un minuscolo termometro clinico nascosto nel corpo dell’oggetto. Stimolato dalle sfide tecniche, Armando Simoni inventa senza sosta dei modelli sorprendenti: la stilografica con due pennini selezionabili alternativamente, la serie con il serbatoio trasparente che ne esalta la lucente bellezza, ecc. Questi gioielli esclusivi mostrano la forza del suo spirito innovatore.

La genialità e l’operosità del fondatore investono anche la sua azienda e la piccola officina di Bologna si trasforma in un’azienda di fama internazionale: dopo la scomparsa di Armando Simoni, avvenuta nel 1958, i discendenti perpetuano lo spirito e la filosofia della casa.

La tedesca MontBlanc, nata nel 1909, è oggi una delle marche più famose nel mondo della stilografica e anche una delle ditte storiche rimasta ininterrottamente in attività fino ai nostri giorni: è considerata, senza dubbio, il produttore di maggior successo ed è *leader* indiscusso nella vendita di penne stilografiche, di cui si ri-



Penna stilografica della Collezione Bologna, celluloidi, in occasione degli ottanta anni di Omas.

tiene detenga circa l'80% del mercato. Benché la MontBlanc si sia contraddistinta nella sua storia come uno dei migliori produttori di penne stilografiche, di alta qualità e perfezione tecnica, ha conservato, fino alla fine degli anni '70, tre fasce di prezzo: economico, medio e alto. In seguito, l'affermazione e la storia del marchio hanno spinto i proprietari a virare verso l'esclusivo mercato dei prodotti di lusso, allargandosi anche a orologi, pelletteria, gioielleria, occhiali, profumi ed edizioni limitate.

Era il 1906, quando l'ingegnere August Eberstein, iniziò a produrre penne stilografiche insieme a un uomo d'affari, Alfred Nehemias: quattro anni più tardi chiamarono la fabbrica, Mont Blanc, per richiamare la forza suggestiva del Monte Bianco. La produzione iniziale della MontBlanc era concentrata su penne rientranti, a tutt'oggi ritenute le migliori mai realizzate per qualità e raffinatezza tecnica (le cosiddette Safety), il cui modello più conosciuto è la Rouge et Noir. Da subito la forza del marchio espressa dalla stella a sei punte, e la creazione di un dipartimento pubblicitario diretto da una disegnatrice (Grete Gross), proveniente dalla Bauhaus, si rivelarono strategie commerciali innovative: lo testimoniano l'uso di aerei con il marchio o quello di auto dotate di una gigantesca penna sul tetto che venivano fatte girare per le città nel primo ventennio del Novecento.

Ancora oggi, la penna stilografica è un oggetto e un simbolo di distinzione e di privilegio culturale con una carica simbolica fortissima: nell'inconscio delle persone è rimasto infatti il collegamento storico secondo il quale "chi possiede la scrittura" possiede il potere *tout court*. Lo scriba veniva effigiato tra i potenti, con lo stilo nella mano mentre, in epoche successive, la penna d'oca permetteva di identificare subito e senza errore, l'amanuense e lo scrivano.

È anche in questo modo, così intimamente privato e riservato che scrittura e stilo assieme hanno vissuto una storia universale fatta di significati personali e di suggestioni collettive, una storia che non perderà di significato anche se videotelefonati, *fax* e soprattutto *computer* insidiano, con la loro immediatezza e praticità, l'immagine della penna.

**MONT
BLANC** 



Penna stilografica Modello Diego Rivera, edizione limitata, dedicata al famoso pittore messicano.



Dietro la scrivania: l'abito da lavoro

Accennando alla creatività del progettista, Marco Zanuso aveva detto: *“Data la complessità del progetto e del processo progettuale, è evidente che il compito del progettista, considerato non solo come creativo ma anche come pilota (kubernés) di una operazione articolata su varie discipline, competenze e collaborazioni presenta maggiori difficoltà e rischi di “perdita di controllo” dell’operazione nella sua globalità. La sua formazione culturale e la sua preparazione professionale devono essere tali da consentire capacità e sicurezza nella scelta delle consulenze specializzate, ma soprattutto capacità di orientamento e guida nel lavoro di squadra, al fine di ottenere la migliore e puntuale prestazione specializzata nello sviluppo del progetto.”*

Anche se molto spesso siamo portati a pensare che la creazione di un abito o di un accessorio derivi esclusivamente dall'intuito e dalla fantasia dello stilista/designer e non richieda competenze più ampie che vadano a interessare settori anche apparentemente lontani, non si può dimenticare che vi sono alcuni specifici tipi di abbigliamento, quali ad esempio l' "abito da lavoro" o quello sportivo, che devono essere pensati e progettati per soddisfare precise esigenze funzionali e/o comunicazionali. Senza fare riferimento alle "tenute" che vengono impiegate in situazioni estreme (si pensi alle tute degli astronauti, a quelle dei vigili del fuoco o dei palombari...), l'abito che una persona, pur non facendo parte di una organizzazione di tipo militare o religioso, adotta per recarsi in ufficio o per presenziare a ricorrenze ufficiali, consiste anch'esso in una vera e propria uniforme, importante e utile per comunicare gli elementi della professionalità e dell'identificazione. In questo senso, il completo da lavoro maschile (composto sostanzialmente da camicia, cravatta, giacca e pantalone) costituisce un abbigliamento iconico, ricco di valenze culturali e sociali, che spesso viene usato come una estensione dell'identità corporea, utile a rappresentare e a conferire potere e autorità a chi lo indossa, quasi che, togliendolo, egli possa perde-

re tali prerogative. Tranne rari casi, chi siede dietro una scrivania e svolge una libera professione non indossa camici o divise che lo “imprigionano” con la omologazione insita nel concetto stesso di uniforme ma, senza dubbio, costui non può esimersi dal presentarsi in modo coerente (in questo senso “l’abito fa il monaco”) con il lavoro che svolge per trasmettere messaggi appropriati alle persone con le quali si interfaccia: di conseguenza l’abbigliamento, soprattutto nella società contemporanea, assume un ruolo comunicativo veramente notevole.

Anche se l’abito da lavoro è destinato solo a specifiche categorie, ho voluto comunque soffermarmi su alcune tipologie emblematiche di uniforme, nelle loro contraddittorie diversità e sul camice sanitario per verificare se alcuni concetti generali relativi alla progettualità, estrapolati dal pensiero dei “famosi” intervistati, siano stati applicati anche alla concezione di abiti da lavoro. Come sostiene Zanuso, *“Tutte le volte che si affronta un tema di progettazione è come essere immersi in una sorta di avventura culturale. Un accendino, una fabbrica, una casa, una penna, un teatro, in Lombardia, in Sicilia, in Africa, in Sudamerica, al mare, in montagna: dietro a ognuno di questi temi c’è il fumatore di pipa o sigarette, gli operai, la famiglia, i figli, i genitori, lo scrittore o il consigliere delegato, il regista o il macchinista, gente di tutti i paesi con i loro paesaggi, le loro abitudini, conoscenze diverse fatte anche di libri letti e da leggere, ma soprattutto una grande quantità di vita, di opinioni, di simpatie, di incomprensioni... Tutto questo è una grande sorgente di cultura. È necessario porre molta attenzione al tema di progettazione che si deve affrontare e dimostrare “buona disponibilità ad ascoltare l’interlocutore”.*

Il concetto di uniforme.

La maggior parte delle funzioni dell’abbigliamento ha carattere comunicativo: gli abiti sono spesso carichi di messaggi e di linguaggi complessi, sintesi delle più svariate esigenze che si esprimono attraverso particolari accostamenti, colori e materiali, dettagli e forme diverse, oppure mediante codici stilistici ripetitivi che rimandano a precisi elementi identificatori: questo è parti-

colarmente evidente nel caso dell’uniforme, in cui la funzione di riconoscimento viene estremamente esaltata e il messaggio principale che essa trasmette è di ordine, di *status*, di ruolo e di gerarchia. Questo tipo particolare di abbigliamento, codificato e unico per tutti coloro che lo indossano, racchiude infatti il concetto di appartenenza a un particolare gruppo di individui che aderiscono a un determinato ordine, istituto o servizio: in altri termini, il concetto di appartenenza comprende aspetti di natura psicologica e sociologica che hanno come manifestazione concreta e visiva proprio l’uniforme come sintesi della elaborazione di simboli, avvenuta attraverso i secoli, che l’individuo assume come proprio e che viene a condividere con gli altri del gruppo.

Vestendo un tipo particolare di abito, in tutto analogo a quello indossato da altri, il singolo si trova - coscientemente - ad abbandonare la propria individualità a favore di quella del gruppo di appartenenza e rinuncia, quindi, alla propria capacità di scelta personale adottando un comportamento adeguato all’ideologia condivisa: ogni componente dell’uniforme è stabilita e, di norma, non è consentito alcun vezzo individuale.

Le uniformi operano infatti, come sostiene Hunt (professore di sociologia presso l’Università di Carleton), attraverso determinati codici, anche potenzialmente complessi che rendono possibili molteplici letture: le divise militari, mediche e religiose permettono, ad esempio, l’esatta lettura di ruolo, grado, funzione e quando questi codici si combinano con elementi semiotici aggiuntivi aumenta in modo determinante la loro capacità espressiva. Ne sono un esempio *“l’uso del simbolismo militare dei bottoni, dei cordoncini, delle spalline e altri dettagli...”*

Un’altra forma specialistica di abbigliamento che viene utilizzata per determinare un particolare tipo di identità è da ricondursi all’abito religioso che, oltre ovviamente a sancire l’abbandon dello stato laico, ha consentito e consente tuttora di differenziare, sempre tramite elaborati codici e segni distintivi, i vari ordini, le diverse confessioni e, ovviamente, anche le gerarchie ecclesiastiche. Naturalmente, in questi casi, non si può parlare di divise in

senso stretto, ma piuttosto di alcune tipologie vestimentarie che, attraverso la scelta di tessuti, decorazioni, colori e fogge, permettono non solo di definire l'appartenenza a uno specifico *status* ma sono utili comunque per chiarire il diverso ruolo in seno alle comunità di appartenenza.

L'abbigliamento militare e quello ecclesiastico possono essere quindi ritenuti i primi veri esempi di "divisa", dai quali sono derivati i diversi tipi di "uniforme" che oggi sono rintracciabili nella nostra società, anche se non sempre codificati da regole stabilite. Tralasciando la storia delle uniformi civili e di corte, che costituiscono comunque un interessante filone di ricerca, parlerò in seguito di alcune divise specialistiche e, in modo particolare, di quelle indossate in ambito ospedaliero; tuttavia desidero, in questo contesto, accennare brevemente anche a quelle che vengono definite "quasi-uniformi" e che comprendono alcuni tipi di abbigliamento, ritenuti consensualmente appropriati e che sono utilizzati in differenti contesti lavorativi, in cerimonie rituali o anche in occasioni di diporto: si pensi ai completi professionali delle donne, ai completi sportivi che gradualmente si sono poi trasformati in forti "suggeritori" delle tendenze di moda (allontanandosi gradualmente dalle loro funzionalità specifiche per trasformarsi in indumenti con un forte richiamo allo *status* che si vuole evidenziare) o, infine, agli abiti esibiti in occasioni specifiche, quali cerimonie di diversa natura come matrimoni o funerali, in cui le tipologie vestimentarie che, seppure vorrebbero essere "personalizzate", in realtà seguono precise indicazioni suggerite dalle tradizioni, rivedute e "ringiovanite" dalle consuetudini formali della moda del momento. Si parla infatti di abiti "informali", quando l'abbigliamento si vuole opporre alle codificazioni rigorose, con l'intento di costruire un'immagine esclusiva che trova le proprie fonti di ispirazione in ambiti diversi e spesso in contraddizione fra di loro: i motivi ispiratori possono essere infatti di ordine politico, sociologico, lavorativo e, quindi, si assiste all'utilizzo di un tipo di abiti non rigorosamente riferiti a codici prestabiliti ma suggeriti da quelli che un tempo venivano definiti "persuasori occulti" e che, nello specifico, possono essere iden-

tificati nelle ideologie di carattere sociale (abiti degli studenti, dei dimostranti, ecc...), oppure riferiti a stili vestimentari indotti dal martellamento pubblicitario o dalle immagini proposte dalle cronache mondane, dalle riviste, con l'imitazione di personaggi famosi legati al mondo del cinema o appartenenti al mondo dello sport. In questi particolari tipi di abbigliamento le codificazioni sembrano esplicitamente rifiutate ma, a ben guardare, l'immagine esclusiva che si vorrebbe acquisire è vincolata e sostanzialmente subordinata a fattori non solo di ordine sociale ma anche psicologico e la "libertà" così conquistata è solo apparente.

L'uniforme femminile tra "amore sacro e amore profano"

Sebbene "l'uniformità" abbia recentemente regalato *comfort* agli abiti militari e professionali, la figura femminile (che ormai da tempo è entrata a pieno titolo, nel mondo ufficiale del lavoro) si è trovata di fronte a una serie di problematiche ancora non sufficientemente risolte; "l'uniformità" infatti continua a essere il frutto graduale di mutazioni verificatesi unicamente sulle divise maschili, cariche di simbologie legate al concetto di forza virile e di autorevolezza che non corrispondono adeguatamente all'essenza della figura femminile.

La storia del costume attesta che le prime uniformi che la donna si è trovata a indossare sono state quelle religiose (si pensi alle sacerdotesse egizie) o quelle monacali (si pensi alle vestali romane) consistenti in vesti con foggia tipicamente femminile, adeguate ai costumi delle diverse epoche, riconoscibili spesso per le tinte spente e regolamentate da un'immagine di rigore e austerità, ben diverse da taluni abiti delle gerarchie ecclesiastiche maschili (si pensi alle tenute cardinalizie o ai paramenti sacerdotali) in cui il colore o la foggia giocavano e giocano tuttora un ruolo essenziale per differenziare i vari momenti della liturgia annuale o il ruolo dei personaggi in ambito ecclesiastico, mentre la foggia rimanda alla eventuale identità conventuale.

Le uniformi monacali sia maschili che femminili tendevano a codificare messaggi che riconducevano a concetti di disciplina, regola, costrizione (quasi celando gli attributi della femminilità),

comunicando l'intenzione personale di un allontanamento dalle "lusinghe" del mondo e, soprattutto, da ogni forma di ambiziosa vanità.

Ripercorrendo brevemente la storia del costume monacale, al di là di alcune eccezioni rapportabili a particolari momenti storici, risulta evidente come, sulla base dei precetti stabiliti dalle Chiese ufficiali, il mondo mistico sia sempre stato caratterizzato dalla ricerca di un rigore teso a mortificare il "corpo" a vantaggio dell'anima per scongiurare ogni possibile richiamo terreno. L'amore sacro porta alla rinuncia di ogni forma di esteriorità che tenda ad accentuare l'interesse per il corpo: già nella prima era del cristianesimo, i diaconi donna (figure poi scomparse col trascorrere dei secoli) indossavano vesti e copricapo (veletta e soggolo) privi di ornamenti che potessero suggerire una qualsiasi civetteria o un qualsiasi richiamo a fattori di ordine sociale. Fin dall'inizio, le "divise" religiose sembrano voler contrapporre una forma di amore più assoluto, che afferma il primato dello spirito, della trascendenza e che conduce a un allontanamento dal mondo sensoriale, alle "richieste" dell'amore profano che necessita di esteriorità e di segni di concreto richiamo per poter nascere e sopravvivere.

"Amor sacro e amor profano" si scontrano anche sulla tipologia dell'abbigliamento che, senza dubbio, è l'elemento che per primo colpisce il proprio interlocutore e, su tale questione, Hunt ricorda come, fin dall'antichità, siano state emanate specifiche disposizioni suntuarie per regolamentare gli abiti e l'aspetto delle prostitute, dispensatrici per eccellenza dell'amore "profano": sotto questo aspetto, quindi, egli considera l'abbigliamento o i diversi ornamenti esibiti dalle meretrici del passato, quali elementi qualificanti di una "divisa" che, attraverso l'utilizzo di elementi simbolici, sanciva il ruolo e identificava il "mestiere" delle prostitute stesse (le quali, nell'arte, vengono sempre rappresentate con la capigliatura fulva).

Solo per citare alcuni esempi, si ricorda come, nella Roma repubblicana, il permesso di indossare la toga era concesso soltanto



Piero della Francesca, *Santa Monica*, 1454-1469, Frick Collection, New York.

alle “donne di piacere”; a Venezia l'utilizzo di alcune maschere o l'altezza delle *chopine*, consentivano di identificare le meretrici della città, mentre a Firenze un velo giallo distingueva le donne “immorali” dalle persone “rispettabili”...

Per molti versi, l'abbigliamento codificato delle prostitute può essere ritenuto come uno dei prototipi delle divise femminili, antecedente agli stessi abiti religiosi e, anche in questo caso, “l'uniforme” *“rappresenta un modo strategico per interpretare uno specifico aspetto della vita sociale”*.

Con la creazione dei primi ospedali si svilupparono, molto gradualmente, anche le divise delle infermiere: l'evoluzione dell'istituzione ospedaliera è comunque complessa e, prima di parlare di un abbigliamento specifico per il personale femminile, può essere interessante ricordare come un tempo i luoghi di ricovero fossero soltanto un generico contenitore della più varia umanità alla quale l'ospedale offriva, come spiega l'etimologia stessa, “ospitalità”. Soprattutto con l'avvento del Cristianesimo, ricco di valenze caritatevoli a tutela dei più deboli, cominciarono a diffondersi generiche strutture per “ospitare” chi necessitava di aiuto e, anche se l'Oriente cristiano era stato indubbiamente il più efficace nell'offrire adeguate strutture assistenziali (già il Codice di Giustiniano (534 d.C.) elenca una serie di istituzioni con tali finalità), anche in Occidente, soprattutto per merito di alcuni ordini religiosi, sorsero luoghi di accoglienza per assistere gli ammalati.

La regola di San Benedetto *“Infirmorum cura ante omnia et super omnia adhibenda est”* fu costantemente applicata in tutte le abbazie benedettine, ma l'esempio fu seguito anche da numerosi altri ordini religiosi e i luoghi di ricovero, cioè i primi ospedali, cominciarono così a diffondersi soprattutto presso i monasteri.

In molti di questi, (inizialmente) “generici luoghi per alleviare la sofferenza”, sovente gli ammalati erano assistiti da “infermiere” appartenenti a ordini religiosi per cui le prime divise, se così possono essere chiamate, riflettevano le “usanze stilistiche” dei loro monasteri. Tale situazione proseguì per diversi secoli, soprattutto perché il personale ausiliario non solo femminile non



Cesare Vecellio, *Meretrici pubbliche*, in *Habiti antichi et moderni di tutto il mondo*, Venezia, 1598.

ha mai avuto, se non in tempi relativamente recenti, un'uniforme veramente adeguata e codificata; fa eccezione l'abito indossato dalle infermiere volontarie della Croce Rossa che, per sancire il loro ruolo e distinguersi dal personale delle forze militari, hanno voluto una divisa quasi monacale, identificabile unicamente attraverso la evidenziazione del simbolo dell'istituzione: una Croce Rossa in campo bianco. Comunque anche il tipo di abbigliamento di queste operatrici ha ottenuto una precisa definizione solo agli inizi del XX secolo.

Dal 1840, in varie città d'Europa, gruppi di religiose avevano iniziato a studiare programmi didattici e a redigere rigorosi codici deontologici per preparare quelle che sarebbero in seguito diventate le "infermiere professionali". Ad esse si era affiancata una laica, Florence Nightingale, che ambiva conferire orgoglio e dignità di professione a quella che inizialmente era una discreta e silenziosa missione di servizio.

Si trattava, in ogni caso, di progetti tra donne che lasciavano indifferenti l'opinione pubblica e, soprattutto, medici, chirurghi e amministratori ospedalieri.

Le infermiere cominciavano a studiare e ad applicare i principi di una nuovissima disciplina empirica, che sembrava dare sorprendenti risultati nell'assistenza ai pazienti: si trattava dell'"Igiene", le cui basi scientifiche sarebbero state scoperte solo trent'anni dopo e nei confronti della quale i medici e gli stessi chirurghi erano ancora scettici e diffidenti.

Eventi imprevisti, tuttavia, determinarono conseguenze sorprendenti.

Nell'autunno 1854, durante la guerra di Crimea, la stampa aveva denunciato la condizione di sostanziale abbandono in cui versavano i soldati britannici, feriti o ammalati, ricoverati presso l'ospedale di Scutari.

Travolto da un'ondata di sdegno da parte dell'opinione pubblica, il governo inglese fu costretto ad accogliere la proposta di Florence Nightingale di aggregare a quell'ospedale il primo drappello di 39 infermiere, preparate secondo criteri scientificamente moderni. Le avveniristiche pratiche di "Igiene" applicate da Florence



H. D. Souter, Red Cross, Australia circa 1910.

Nightingale e dalle altre infermiere, dimezzarono peraltro la mortalità tra i feriti e accelerarono le guarigioni.

L'evento è da considerarsi rivoluzionario nella misura in cui delle donne, civili, hanno imposto la loro presenza a degli uomini, militari per giunta, influenzandone profondamente le convinzioni professionali. I vertici politici britannici dovettero arrendersi all'evidenza dei fatti e ritennero conveniente ritagliare uno spazio femminile anche all'interno del mondo militare (fino ad allora esclusivamente e gelosamente maschile e maschilista), costituendo, a partire dal 1884, dei corpi di infermiere militari: questi corpi avevano lo stato giuridico di dipendenti civili del Ministero della Guerra e non veniva fornito loro alcuno specifico addestramento militare. Avevano una speciale divisa minuziosamente descritta dal regolamento, ma non avevano né una vera uniforme militare né un equipaggiamento da campagna.

Malgrado i tradizionali pregiudizi anche nell'Esercito Britannico, c'era, però, chi era pronto a investire sulle donne.

Il sergente maggiore Edward Baker era rimasto ferito durante la campagna nel Sudan del 1898 e si era reso conto che, se la fanteria poteva contare sul soccorso operato dai "portaferiti", niente di equivalente era disponibile per la cavalleria. Baker prestava servizio nel Reggimento "Royal Horse Guards", il prestigioso reparto di cavalleria della Guardia Reale Britannica, di stanza a Londra. Il reggimento organizzava spesso concorsi ippici ai quali partecipavano molte cavallerizze appartenenti all'aristocrazia britannica, tanto esperte da poter competere con gli stessi ufficiali di cavalleria. Fu in quel contesto che Baker propose la costituzione di un corpo di infermiere volontarie a cavallo che effettuasse operazioni di soccorso nei confronti dei soldati di cavalleria rimasti feriti durante le operazioni belliche. Secondo quel progetto rivoluzionario, le infermiere dovevano essere in grado di seguire ovunque i reggimenti di cavalleria, per poter tempestivamente raccogliere i feriti dal campo di battaglia, prestare loro i primi soccorsi ed evacuarli rapidamente. La proposta venne accolta in maniera entusiastica da parte degli ambienti aristocratici femminili che ruotavano attorno alla Corte Reale. Finalmente nell'Esercito, an-

che per le donne, si prospettavano delle funzioni operative che non fossero una semplice trasposizione in ambiente militare di mansioni già consolidate come femminili. Nel 1907 fu costituito a Londra, su base volontaria e informale, il "First Aid Nursing Yeomanry (F.A.N.Y)". Si trattava di un corpo sperimentale, esclusivamente femminile, con funzione di soccorso sanitario, sia in caso di guerra che in caso di disastri o calamità. Il "F.A.N.Y." si differenziava dai coevi corpi di infermiere militari perché era il primo reparto operativo e autosufficiente, esclusivamente femminile della storia. Le *Fannies* strigliavano, nutrivano e sellavano i loro cavalli, montavano e smontavano le loro tende, confezionavano i loro pasti e gestivano autonomamente ed integralmente il loro accampamento. Le prime arruolate furono donne di estrazione sociale elevata, con esperienza di equitazione: esse dovevano possedere e mettere a disposizione un cavallo e si dovevano impegnare ad acquistare l'uniforme e l'equipaggiamento. Ufficiali delle "Royal Horse Guards" le addestravano nelle manovre e nelle evoluzioni a cavallo, nella logistica e nelle comunicazioni mediante segnali ottici, quali bandiere colorate, di giorno, o lanterne, di notte. Ufficiali medici, poi, le addestravano al primo soccorso e alcune di loro erano, comunque, medici o infermiere professionali. Ogni anno, durante l'estate, il "F.A.N.Y." partecipava al campo estivo, alle esercitazioni di campagna, alle parate e alle riviste militari della "Brigata delle Guardie". Ospiti di diritto dei circoli ufficiali, le *Fannies* partecipavano, con una apposita uniforme cerimoniale, anche alle manifestazioni ufficiali della Corte. La prima uniforme di servizio comprendeva un giubbino rosso, decorato con alamari bianchi, con colletto alto e chiuso e una lunga gonna blu scuro, con tre bande bianche orizzontali, a poca distanza dall'orlo (inizialmente le *Fannies* cavalcavano, secondo il costume femminile dell'epoca, con entrambe le gambe sullo stesso fianco del cavallo). Guanti bianchi da cavalleria e un berretto rosso con frontino, della stessa foggia di quello indossato, in divisa militare, dalla Regina Vittoria, corredevano l'uniforme. Il fregio del Corpo, posto sul berretto, era rappresentato da una "croce ancorata", inscritta in una corona circolare, che riportava la denominazione del

Corpo. Una bandoliera di cuoio bianco, a tracolla, sorreggeva una borsa contenente materiali di medicazione. Nel 1910 le *Fannies* adottarono una nuova uniforme color *kaki*, in analogia a quanto accadeva per l'Esercito: il giubbino conservava l'austero e caratteristico colletto chiuso delle uniformi della "Brigata delle Guardie", mentre la gonna, più corta rispetto al modello precedente, presentava due lunghi spacchi verticali centrali, uno anteriore e l'altro posteriore, e copriva dei pantaloni, che dovevano restare invisibili, in quanto, allora, in occidente, indumento disdicevole per una signora. In pratica, grazie alla nuova uniforme, le *Fannies* cavalcavano con la stessa tecnica degli uomini ma, una volta smontate da cavallo, sembravano indossare una gonna: guanti, stivali e buffetterie in cuoio color testa di moro corredevano l'uniforme.

Nel 1912, un casco coloniale e un cappello a larga tesa, con falda ripiegata sul lato sinistro, da utilizzarsi in differenti tipologie di missioni oltremare, vennero adottati, in aggiunta al berretto. Malgrado la presenza delle *Fannies* fosse diventata preziosa e insostituibile, i tradizionali pregiudizi vennero rinfocolati dal fatto che esse guidavano degli automezzi. Per molti uomini, le donne al volante erano, pregiudizialmente, pericolose e comunque il loro atteggiamento era rappresentativo di una libertà e di una disinvoltura meritevoli, comunque, di disapprovazione.

Per le esigenze imposte dalla guerra, anche l'uniforme delle ausiliarie infermiere subì una radicale evoluzione, perdendo parte dell'aria solenne per accogliere qualche spunto dalla moda femminile dell'epoca, sempre più pratica e informale. La gonna venne ulteriormente accorciata e la giacca corredata da quattro ampie tasche a vista. Il colletto divenne aperto sulla camicia con la cravatta e, al braccio sinistro, era ben visibile il bracciale di neutralità, bianco con la croce rossa. Venne adottato un basco, che era il copricapo femminile informale più in uso dell'epoca, su cui era appuntato il fregio del Corpo; il più delle volte le *Fannies* indossavano guanti, occhiali e pesanti cappotti foderati di pelliccia, visto che le autolettighe dell'epoca non avevano ancora il parabrezza. Solo in tempi relativamente recenti (da quando cioè

la professionalità delle infermiere in ambito sanitario si è fatta più incisiva), precise norme di identificazione sono state adottate per consentire agli utenti del servizio ospedaliero di distinguere le diverse figure proprio attraverso la loro divisa.

A questo proposito è interessante ricordare le positive esperienze del Meyer (l'Ospedale pediatrico fiorentino) che ha introdotto l'uso del colore nell'abbigliamento medico e infermieristico: uno studio, condotto all'interno dello stesso ospedale, rileva chiaramente come soprattutto i bambini percepiscano più positivamente l'attività delle infermiere che li assistono quando queste indossano uniformi colorate.

Altre divise

Anche in relazione alle diverse attività di servizio, la donna, a differenza dell'uomo, non ebbe per secoli uniformi stabili: solo verso la metà dell'Ottocento, in Inghilterra, la regina Vittoria introdusse uno specifico abbigliamento per le cameriere che vennero così dotate di una divisa riconoscibile, ma fu un episodio isolato. Un'altra categoria femminile caratterizzata dall'uso di uniformi era quella delle orfane che portavano abiti ispirati ai canoni di vestibilità del loro tempo ma di fattura modesta e di un colore cinerino, poiché dovevano evidenziare la loro umile origine e scongiurare qualsiasi sentimento di rivalsa individuale o di compiacimento estetico.

Solo intorno al 1907, sempre in Inghilterra, con l'introduzione di elementi femminili nel corpo di polizia si pose il problema delle loro uniformi che furono di derivazione militare anche e soprattutto per conferire loro autorevolezza dinanzi a una popolazione che si dimostrava scettica nel vederle ricoprire un ruolo professionale tradizionalmente maschile. Sebbene la loro giacca evidenziasse l'appartenenza al corpo di polizia, l'obbligo di indossare la gonna le vide escluse da gran parte delle attività di ordine pubblico e le fece oggetto di salaci commenti.

La testimonianza di una donna poliziotto dell'epoca può chiaramente far capire come esse si dovessero sentire indossando

un'uniforme che ne mortificava la femminilità e le faceva oggetto di critiche ambigue: *"la divisa era indescrivibile [...] sicuramente disegnata da uomini che ci disprezzavano [...] Quando, alla fine, mi ritrovai davanti a uno specchio ricoperta dalla testa ai piedi dalla divisa da poliziotta fornitami, rabbrivii, e per la prima volta rimpiansi la mia scelta di carriera."* (Lilian Wyles, citato da Young 1997, pg. 266)

Young ha tracciato un quadro descrittivo delle poliziotte ambivalente e non certo lusinghiero per il "genere femminile": le definisce come "elementi" che possiedono tanto *"una naturale animalità quanto una sensuale attitudine all'assistenza dalle quali è bene guardarsi"*; contemporaneamente le descrive come *"mastini da guardia"* o *"piccole smidollate"*. Sempre per evidenziare una scarsa considerazione della natura femminile o, perlomeno, un'incapacità da parte della donna di saper dominare la propria natura, il famoso psicanalista continua a ricordare la possibile duplicità di comportamento, contrapponendo le *"donne di fuoco"* alle *"vergini di ghiaccio"*, le *"aggraziate bombe sexy"* alle *"zitelle particolarmente sgradevoli"*; in queste creature possono manifestarsi tutti i pregi e i difetti della figura femminile compresa la colpevole eventualità di poter *"distrarre i poliziotti con il loro fascino da Medusa"*.

Durante il XX secolo si è sviluppato un ampio dibattito sulle divise delle donne poliziotto all'interno delle forze di polizia, ma i tentativi di aggiornare le loro uniformi alla moda – imitando in particolar modo le modifiche delle divise delle assistenti di volo – ha portato ad aumentare le già ambigue riflessioni sulle donne che seguono questo tipo di carriera.

La divisa tra le due Guerre.

Le due Guerre Mondiali cambiarono sostanzialmente il ruolo della donna nella vita sociale e, a seguito della necessità di sostituire gli uomini partiti per la guerra, esse riuscirono a ottenere un ruolo ufficiale acquisendo, ovviamente, maggiore consapevolezza di sé stesse.

Come si è visto, durante la Prima Guerra Mondiale, la donna par-

tecipò attivamente anche al lavoro nelle fabbriche e scese per la prima volta come crocerossina sui campi di battaglia o come volontaria sulle ambulanze a cavallo: affrancatasi in questo modo dall'ambiente domestico, nell'occasione si trovò ad adottare un abbigliamento più funzionale alle attività lavorative da svolgere. Alla fine del primo conflitto mondiale, le donne tornarono prevalentemente a rivestire i ruoli che avevano prima dello scoppio della guerra ma, ormai, il processo di emancipazione sociale era iniziato: esse divennero sempre più partecipi della vita comunitaria, fino ad essere arruolate regolarmente nell'esercito allo scoppio della Seconda Guerra Mondiale, conquistando così un livello di "quasi" parità con quello maschile.

La necessità di adattare le divise militari e quelle da lavoro alla figura femminile, si fece sempre più pressante dopo la fine del secondo conflitto mondiale: in questo periodo l'emancipazione subì una lenta, ma inarrestabile affermazione, portando gradatamente la donna a poter assumere gli stessi ruoli e le stesse occupazioni dell'uomo.

Nell'ambito dell'abbigliamento, questo ha comportato la necessaria ricerca di uniformi adeguate: tuttavia, ancora oggi, nonostante il trascorrere del tempo, le uniformi femminili sono molto spesso la versione "femminilizzata" di quelle maschili. Fanno esplicita eccezione le divise indossate dalle assistenti di volo, le *hostess*: pur partendo inizialmente da modelli di tipo infermieristico, l'uniforme che esse portano è andata gradualmente evolvendosi, tanto che, già a partire dagli anni '50, il loro modo di presentarsi era sinonimo di femminilità e di *glamour*. Molti famosi stilisti hanno contribuito a evolverne la tipizzazione, in rapporto alle esigenze della loro compagnia aerea, entro un progetto di immagine aziendale che comprendeva ovviamente anche l'aspetto e i comportamenti del personale.

Nella fase storica che stiamo vivendo, la donna ha acquisito pari opportunità rispetto all'uomo e, almeno in occidente, il processo della loro emancipazione sembra concluso. Osservando comunque le uniformi militari e quelle di alcune categorie professionali ci si accorge che l'immagine emancipata della donna in abiti civili

non trova ancora adeguata corrispondenza negli abiti che essa si trova a indossare e, così, il problema della “divisa” femminile rimane ancora in gran parte aperto.

In rapporto a determinati mansioni lavorative, il ruolo della donna e del suo abbigliamento è forse un fenomeno ancora troppo recente per essere oggetto di una codifica stabile nel tempo: nell'accettare di indossare uniformi pensate per l'uomo, è possibile che alcune donne sentano di perdere la loro identità e, di conseguenza, avvertono il bisogno di ridefinire la loro immagine uscendo dall'imitazione di modelli maschili. Indossare una divisa è indubbiamente motivo di appartenenza a uno specifico gruppo di lavoro mentre l'esigenza di possedere uno stile proprio fa parte della ricerca di un'espressività tendente a una sistematica differenziazione. Un aspetto che caratterizza l'abbigliamento adottato rispettivamente dai due sessi è comunque la relazione più o meno esplicita con la moda: la moda è incessantemente alla ricerca di novità da proporre al grande pubblico, ma mentre l'abbigliamento maschile è poco soggetto ai cambi repentini, quello della donna è invece quasi totalmente in loro balia. Rinunciando a seguire la moda nella sua eccessiva volubilità, l'uomo si è fatto rappresentante di tutta una serie di valori sociali che costituiscono le fondamenta della civiltà e che, per loro natura, cambiano lentamente. Se, in questo senso, l'uniforme con caratteri maschili viene associata alla figura femminile potrebbe voler anche significare il desiderio di conservare taluni valori statici della società; in realtà, secondo il prof. Ubertazzi, la divisa non è né deve essere maschile o femminile: *“essa è l'immagine spersonalizzata della “istituzione” e assume così un significato e perciò anche un valore sostanzialmente simbolico...Portando il concetto al limite, si ritorna alla opinione comune secondo la quale “si porta rispetto alla divisa” prima ancora che alla persona. Detto ciò, le sempre più esplicite esigenze delle attività umane che richiedono un'uniforme non escludono che essa possa divenire anche esplicitamente glamour ancorchè tendenzialmente unisex”*



Progetto Barbie loves Alitalia, collezione di Barbie che indossano le divise storiche Alitalia, Roma, 2011.



Timberland, *Authentic Premium Suede*, edizione limitata del classico Yellow Boots.

Fashion Workwear

Quando si parla di abbigliamento, spesso si trascurava l'ampio settore che si occupa di produrre indumenti, scarpe e accessori per il mondo del lavoro; questo ambito è in pieno sviluppo e rappresenta, per la ricerca, un settore di grande rilievo soprattutto per quanto riguarda la progettazione di tessuti e prodotti tecnici, lo sviluppo di strutture tessili complesse e lo studio di comportamenti fisico-meccanici di filati e di tessuti.

L'impiego di nuovi trattamenti e materiali, come leghe o polimeri termoattivi e fibre ad alta tenacia o *coating attivi*, permette di creare costantemente nuove configurazioni materiche particolarmente adatte ad essere impiegate in quei settori in cui devono essere assicurati alti livelli prestazionali. L'integrazione di sensori per il rilevamento di parametri vitali, tessuti conduttivi per acquisizione e scambio dati, sistemi di termo-regolazione, film elettroluminescenti sono solo alcuni esempi di cosa è possibile ottenere da un sistema tessile attivo.

Anche senza riferimento ai materiali di ultima generazione, studiati per rispondere a sollecitazioni estreme, si nota come, molto spesso, gli stessi abiti nati per il lavoro siano diventati, prima, capi di tendenza, poi, abiti comuni dell'abbigliamento informale; ne sono un esempio i pantaloni da lavoro o le felpe termiche di marchi come Cahrartt, azienda fondata da Hamilton Cahrartt nell'ultimo decennio dell'Ottocento per la produzione di abiti destinati agli operai delle ferrovie, le scarpe Timberland o Caterpillar, i giubbotti Refrigiwear pensati per chi lavorava nelle celle frigorifere o ancora i *jeans* da molto tempo oggetto *cult* e simbolo intergenerazionale.

Altro celebre esempio è la tuta che Ernesto Henry Michahelles, in arte Thayah (futurista e fascista), lanciò nel 1918 ispirandosi ai concetti di funzionalità espressi da Balla. La tuta fonda la sua essenza sul concetto di praticità, economia e riproducibilità e presenta una forma a "T", è allacciata con bottoni sul davanti, ha quattro tasche applicate ed è priva di qualsiasi orpello de-

corativo. Nell'intenzione di Thayaht, "tuta valeva per tutto", "*un indumento che veste tutta la persona*". Quanto alla "t" perduta, il Dizionario Etimologico della Zanichelli ci informa che essa veniva sostituita con il modello a "T" della stessa "tuta": dunque un gioco grafico, di invenzione e di visione, in perfetta linea con il tumulto di immagini scatenato dal futurismo.



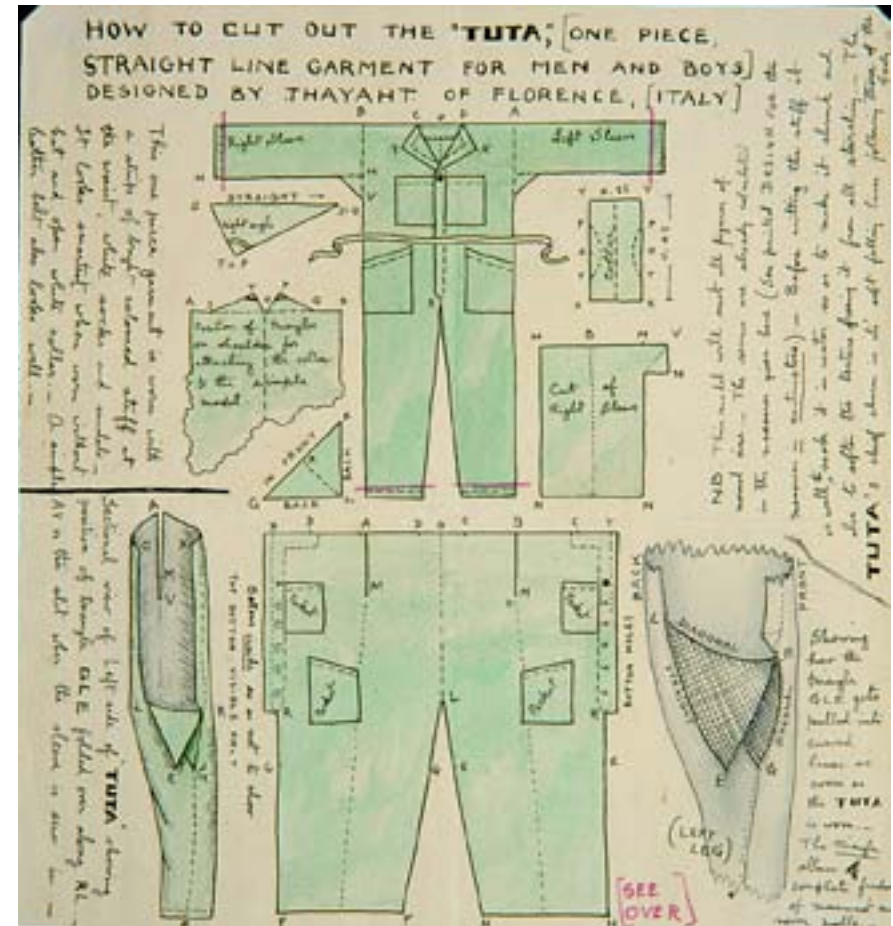
Ernesto Michaelles (Thayaht), *Tuta*, circa 1920.

Il quotidiano fiorentino La Nazione ne promosse la diffusione in un articolo del 17 giugno 1920: *"Sopraveste di un solo pezzo con pantaloni e maniche, di robusto cotone o di fibre speciali, indossata da operai, sportivi o persone che svolgono particolari attività"*. Questo "abito universale" è concepito per essere economico sotto tutti gli aspetti (tessuto, fattura, tempo per indossarlo), per adattarsi a ogni occasione ma soprattutto per essere comodo e per consentire la completa libertà di movimento a chi lo indossa. Non c'è dubbio che, rispetto alla tuta proposta dai Costruttivisti e dai Produttivisti, le affinità siano notevoli. Ma mentre quella di Thayat è pensata per essere un abito vero e proprio, in tessuti leggeri e confortevoli, costituendosi quale "gesto comportamentale eversivo rispetto al consumo della moda", quella elaborata poco dopo dagli artisti sovietici è concepita per essere un abito da lavoro o, comunque, una sorta di divisa da variare a seconda delle mansioni per cui è finalizzata.

La versione femminile di questo capo punta espressamente sugli aspetti funzionali e igienici, proponendo *"una maggiore semplificazione e l'abolizione delle stoffe inutilmente costose. [...] La donna "tutista" deve cercare di abolire tutto quello che è vana esteriorità, cercando nella massima semplicità la vera bellezza"*.

La visione radicale di Thayat sulla moda femminile che si concretizzava in *"un semplice abito a camicia, per tutto simile alla tuta maschile con la sola differenza di terminare con una gonna a tubo al posto dei pantaloni e da portare con scarpe senza tacco"* si pone sicuramente su un piano diverso rispetto alle formulazioni plastico-dinamiche di Balla o rispetto allo sperimentalismo provocatorio e agli azzardi materilogici propugnati nel manifesto di Volt: infatti, escludendo qualsiasi tipo di decorazione e puntando su tessuti in tinta unita (l'unica concessione è l'orlatura di collo, tasche e maniche in colore bianco o nero), l'abito femminile proposto da Thayat anticipa sicuramente alcune soluzioni della moda francese degli anni Venti, portate al successo internazionale da nomi come Coco Chanel e Jean Patou o, più recentemente, da alcune griffe dell'Alta Moda come Emilio Pucci, Krizia, Capucci... L'estetica semplice e funzionale di ciò che viene pensato per as-

secondare i movimenti del corpo e per proteggerlo è stato, ed è tutt'oggi, fonte inesauribile di ispirazione per le "stagioni della moda" sia maschile sia femminile, una moda capace di conferire nuova identità e bellezza a elementi tecnici e funzionali e di declinare in infinite varianti la semplice eleganza degli indumenti da lavoro.



Ernesto Michaelles (Thayaht), *Disegno esecutivo e istruzioni per il taglio della tuta*, 1919.

Il *Jeans*

Tra i molti abiti da lavoro che hanno contribuito in modo essenziale all'evoluzione della moda vale la pena di ricordare i momenti salienti della storia dei *jeans*. I pantaloni, oggi noti in tutto il mondo con quel nome (entrato in uso negli anni Quaranta del secolo scorso), sono nati intorno alla metà degli anni Cinquanta dell'Ottocento, negli stati dell'Ovest americano, quando Levi Strauss lanciò gli indistruttibili Waist High Overalls (tute fino alla cinta) o Pantaloons, pantaloni destinati ai cercatori d'oro, ai minatori e agli operai che erano impegnati nella costruzione delle ferrovie. Questi calzoni venivano confezionati con una pesante tela di canapa marrone, utilizzata anche per la realizzazione di tende da vagoni: questi capi erano contrassegnati dal numero di codice 501 e si presentavano senza tasche e senza passanti alla cintura.

Soltanto negli anni Sessanta dell'Ottocento però, è possibile individuare il "prototipo" di quello che sarà il leggendario *jeans*, quando cioè Levi Strauss introduce nella produzione il *denim* da 9 onces, tessuto molto resistente proveniente da New York, dal caratteristico colore blu.

Pare tuttavia che i mercati del medioevo conoscessero già questo tessuto originario di Nimes, da cui deriva appunto il termine *denim* (cioè da Nimes), così come *blue jeans* sarebbe una derivazione contratta dell'espressione *blu de Genes* (vale a dire blu di Genova), città in cui la "sargia", dal caratteristico colore blu dovuto alla tintura del filo di ordito con l'indaco, veniva impiegata per la fabbricazione delle vele d'imbarcazione e per i teloni di copertura.

Sempre negli Stati Uniti tuttavia, nel 1873, la L. S. & Co. e il sarto Jacob Davis brevettarono l'utilizzo di rivetti di rame per rafforzare i punti dove il tessuto era soggetto a maggiore sforzo, realizzando così le più importanti caratteristiche che connoteranno il *jeans* anche in futuro: tessuto *denim*, rivetti, una tasca posteriore, due tasche sul davanti, una patta con tre bottoni e bottoni per le

Due caratteristiche paia di jeans.



bretelle.

Successivamente Levi's introduce alcuni dettagli divenuti fondamentali, come le cuciture ad arco sulle tasche posteriori, che rappresentano le ali dell'aquila simbolo dell'America e che diventerà il marchio dell'azienda (depositato nel 1942), il taschino per l'orologio (la quarta tasca) e lo sprone posteriore (entrambi datati al 1890).

Nel 1902 sul modello 501 viene aggiunta una targhetta di cuoio sopra la tasca posteriore nella quale sono rappresentati due cavalli che, legati ai *jeans*, tentano, tendendoli, di strapparli: qualche anno più tardi, nel 1905, viene introdotta la seconda tasca posteriore (quinta tasca) e nello stesso anno viene lanciato il primo giubbotto in *denim*, noto come Denim Bluse 506 First Edition. Dopo la morte di Levi Strauss, la sua opera di ampliamento del mercato viene continuata dai soci, tutti appartenenti alla famiglia e, fino agli anni Trenta, i Levi's 501, ai quali erano stati aggiunti i passanti per la cintura, rimangono il tipico capo di abbigliamento del Far West, particolarmente amati e apprezzati dai *cow-boys*.

Negli anni Venti e Trenta, a causa della rapida evoluzione dello stile di vita americano, il *denim workwear* subisce cambiamenti e modifiche rilevanti, per rispondere alle mutate esigenze della popolazione: il *boom* edilizio nelle città e l'industria automobilistica in rapida espansione accelerano il fenomeno dell'immigrazione verso i poli industriali vicini ai centri urbani; gli spostamenti (automobile e treno), che intercorrono fra campagna e città, richiedono così un tipo di abbigliamento in grado di adeguarsi ai nuovi impegni.

Mentre la Levi Strauss & Co. registra una sola importante novità nei capi in *denim*, consistente nell'introduzione dei passanti (1922) per la cintura nel modello 501 Overall, i capi in *denim* della H. D. Lee subiscono, nello stesso periodo, una serie di innovazioni significative: facendo leva sul suo punto di forza – l'abbigliamento da lavoro – l'azienda introduce la Loco Jacket, disegnata appositamente per i lavoratori delle ferrovie (1921). Negli anni seguenti, dal 1926 al 1928, la H. D. Lee apporta alcune modifiche

ai suoi capi d'abbigliamento per soddisfare specifiche esigenze lavorative; i Bib Overall vengono dotati di bretelle regolabili, vengono introdotti i Logger Pants con i fianchi più larghi e il Whizit Overall, il primo modello in *denim* con chiusura lampo.

Inoltre, per assecondare le necessità dei *cow-boys*, la H. D. Lee presenta un nuovo tipo di *jeans* in *denim* grossolano e pesante 13 *once*, i Lee Riders, ai quali viene applicata nel 1926 la *zip* al posto dei bottoni.

Con la presentazione di questi pantaloni la H. D. Lee riconosce le esigenze di *cowboys* e *rodeo riders* e da questo momento i *cow-boys* diventeranno i principali promotori dell'immagine del *jeans* in tutto il mondo. Infatti, nel 1924, fu proprio H. D. Lee a rimuovere i rivetti dalle tasche posteriori dei pantaloni a causa delle continue lamentele dei *cowboys* che segnalavano danni alle selle dovuti ai rivetti, sostituiti da impunture.

Un'altra importante invenzione della H. D. Lee è stata il tessuto esclusivo Jelt Denim da 11.5 *once* (1925), caratterizzato da una tela molto robusta ottenuta grazie alla torsione del filato e da un colore solido che non scoloriva.

I brillanti anni Venti si concludono con l'annuncio della Grande Depressione del 1929, drammatica crisi economica che sconvolse l'economia mondiale non solo americana, con gravi ripercussioni anche nei primi anni del decennio successivo. In realtà, la depressione ebbe effetti devastanti sia nei paesi industrializzati, sia in quelli esportatori di materie prime: il commercio internazionale diminuì considerevolmente, così come i redditi delle persone fisiche, i prezzi e i profitti. Le maggiori città di tutto il mondo furono duramente colpite, in special modo quelle che basavano la loro economia sull'industria pesante.

I ricchi dell'Est, non potendosi più permettere costosi viaggi all'estero, ripiegarono sul rurale West, riscoprendolo come meta di vacanza e giocando "romanticamente" ai *cowboys-cowgirls* nei *ranch*: parallelamente, anche questo non positivo evento contribuì, a migliorare l'immagine del *jeanswear* che divenne così un fenomeno di moda.

La L. S. & Co. e la H. D. Lee rispondono alle richieste dei nuovi

consumatori proponendo “adattamenti urbani” a modelli esistenti, per cui nel 1936 la L. S. & Co. introduce il Red Tab con la *big E* nel nome Levi’s, registrandolo presso l’ufficio brevetti statunitense nel 1938. Tuttavia il primo segnale di accoglienza da parte del pubblico femminile si ha con la creazione del modello 701 della L. S. & Co., detto Lady Levi’s, consistente in pantaloni *western* aderenti, confezionati in *denim* leggero e caratterizzati da una cimoso con alcuni fili rosa.

Un altro momento storico, rilevante per lo sviluppo del *jeans* in America, è da ricollegarsi alla Seconda Guerra Mondiale: da questo momento l’abbigliamento *denim* viene riconosciuto come prodotto nazionale e gli Overalls della L. S. & Co. sono disponibili per l’esercito statunitense e per le persone coinvolte nell’industria bellica: anche la Blue Bell Globe Manufacturing & Co, conosciuta come Wrangler, nel 1940, modifica la sua produzione passando dal *workwear* alle divise, diventando così il fornitore principale dell’esercito statunitense.

In questa delicata fase, il razionamento delle risorse economiche si ripercuote sulla disponibilità di materiali nella produzione del *jeanswear*: carenza di bottoni e rivetti, scarsa disponibilità di filato e di tessuto. Per questo motivo il modello 501 subisce molti cambiamenti: vengono completamente rimossi i rivetti dalla tasca per le monete, viene ridotto a tre il numero dei bottoni della patta (prodotti in metallo scadente), viene rimossa la martingala ed economizzato il filo delle impunture del Double Arcuate sulla tasca posteriore: il marchio non era più cucito ma stampato, fattore che, a causa dei lavaggi, ne ha provocato la scomparsa.

In seguito alla Guerra, gli americani introducono il *jeans* nella cultura europea, come indumento da lavoro dell’esercito statunitense: i militari americani, infatti, accolti in Europa come liberatori, trasmettono un’immagine eroica anche ai *jeans* che indossano, facendoli diventare il simbolo di libertà per le generazioni più giovani.

Il marchio Wrangler, utilizzato dalla Blue Bell Inc. per la linea *jeanswear* per *cowboys* e *rodeo riders*, si diffonde negli anni del

primo dopoguerra. Forte per il successo ottenuto, l’azienda affida la creazione della sua nuova linea a Rodeo Ben, un famoso sarto delle stelle di Hollywood, che apporta alcune modifiche ai modelli tradizionali Wrangler introducendo la *zip*, elemento in grado di conferire una linea più aderente ai pantaloni maschili e utilizza un nuovo sistema di cucitura a lembi (accostati e non più sovrapposti) al fine di agevolarne l’uso nell’equitazione: Wrangler introduce la *zip* anche nei pantaloni da donna, innovazione che inizialmente crea qualche perplessità ma che ottiene presto un vero successo.

Gli anni Cinquanta segnano un’evoluzione significativa del *jeanswear* nei confronti del pubblico femminile: già nel 1949, la Wrangler aveva introdotto i Lady’s Wrangler, mentre nel 1950 esce la linea Jeanies collezione caratterizzata da *jeans* attillati in varie tinte, abbinati a camicette fantasia. La H. D. Lee presenta invece la Lady Rider.

Le tre maggiori aziende disegnano appositi modelli, studiati per soddisfare le esigenze e le richieste della clientela femminile: da questo momento i *jeans* si lasciano definitivamente alle spalle la loro immagine di indumenti da lavoro, per diventare il simbolo dell’abbigliamento *casual* più indossato al mondo.

L’arrivo del *jeans* in Italia

In più di centocinquanta anni, il *jeans* ha saputo legare la sua attrattiva e il suo successo sia alle particolarità della sua colorazione, naturale o manipolata, sia al suo materiale di appartenenza: la resistente “saia” di cotone. Si è dimostrato inoltre capace di esprimere gli svariati significati del mutare e dell’evolversi delle società che ha accompagnato dall’Ottocento fino ad oggi, trasformandosi con estrema facilità da indumento di lavoro a capo aggressivo fino a invadere il mondo delle *griffe*. È proprio grazie a questo suo stupefacente camaleontismo, alla sua grande capacità di evolversi e di adattarsi a ogni sorta di linguaggio scaturito dai molteplici contesti sociali, che il *blu de Gènes* deve la sua immagine e la sua aura di rispetto.

Come si è visto il *jeans* torna in Europa sotto forma di pantaloni negli anni successivi alla Seconda Guerra Mondiale, grazie all'esercito americano, e la fase di maggior espansione del *jeans* nel nostro Paese si verifica dopo la fine di quel conflitto, quando l'immaginario collettivo inevitabilmente identifica questi indumenti con i simboli di prosperità, potenza e libertà che all'epoca venivano suggeriti dalle divise statunitensi.

Nell'Italia povera del dopoguerra, l'impatto con abitudini vestimentarie, culturali e alimentari completamente nuove, dalle "calze in *nylon*" alla "Coca Cola", fece intravedere orizzonti di benessere molto rassicuranti; allo stesso tempo, la diffusione di pellicole hollywoodiane prodotte tra la fine degli anni Trenta e la metà dei Quaranta, (molte delle quali ambientate nel selvaggio West), favorirono l'identificazione del *jeans* con paesaggi forti e incontaminati, in grado di creare suggestive fantasie.

In seguito al *boom* cinematografico sull'argomento, (di origine straniera ma ripreso poi e sfruttato anche da registi italiani), che affascinò un vastissimo pubblico, alcuni pionieri proposero al mercato gli *stock* di indumenti militari dismessi, spesso veicolati dalla Croce Rossa Internazionale, oppure inviati dai reparti di sussidio statunitense mediante treni merci, in cui era facile trovare giacche, pantaloni, tute e *salopettes* da lavoro in saia blu, in tutte le forme e pesantezze: in questo modo, in maniera sporadica e occasionale, si è formato in Italia il primo mercato del *denim* in prevalenza usato. Alcuni di questi precursori diverranno, in seguito, anche importatori dei più noti marchi americani attraverso i porti di Genova e Livorno, luoghi di smistamento per il mercato del nuovo e dell'usato, mentre altri riusciranno a far decollare con successo una loro produzione con tanto di marchio registrato, come, ad esempio, Roy Roger's, Rifle e Glove.

L'origine di un forte interesse verso la cultura del *jeans* e la sua commercializzazione si ritrova in Italia, nel momento di passaggio tra la fase post-bellica e i primi anni Cinquanta. In particolare, proprio in Toscana, si distingue la famiglia Bacci (originaria di Campi Bisenzio, Firenze), titolare della Manifattura 7Bell S.p.A.

e proprietaria del marchio Roy Roger's. Il fondatore, Francesco Bacci, ambulante di tessuti, nel 1948, si era recato per la prima volta in America per conoscere da vicino le caratteristiche del nuovo tessuto d'importazione, il *denim* statunitense. Dopo aver acquistato la materia prima direttamente dalla Cone Mills Corporation di Greensboro nel North Carolina, la più grande e conosciuta azienda degli Stati Uniti per la produzione e la tintura del *denim* e aver affiancato al *denim* stoffe con analoghe caratteristiche di solidità e robustezza come la tela massaia e la ghinea, apre un primo laboratorio per la produzione di capi da lavoro.

In breve tempo passa alla realizzazione e confezione di capi in diverse taglie, utilizzando manodopera esterna: in questi anni Francesco Bacci mette a punto nuove forme e dettagli funzionali, come bottoni e rivetti metallici, allo scopo di trovare le soluzioni più adeguate e fedeli ai modelli originali da cui prendeva spunto. Importanti furono i suoi tentativi e i suoi suggerimenti per far realizzare, a un meccanico di Prato, bottoni simili a quelli dei capi americani, ma di materiale più economico, ferro anziché rame: esperimento presto abbandonato per l'inevitabile difetto che portava questi prodotti ad arrugginarsi dopo pochi lavaggi. In uno dei primi cataloghi aziendali risalenti agli anni Cinquanta - Sessanta, accompagnati dallo slogan "7 Bell rende elegante il lavoro!" appaiono pantaloni *worker* e tute con numerose tasche per renderne flessibile l'utilizzo finale: tra queste, alcune erano rinforzate e munite di porta-arnesi, altre di porta-valori e dotate persino di una tasca "segret" di sicurezza.

Nella linea creata da Bacci si trovavano anche giubbotti irrobustiti nelle cuciture e con polsini dall'allacciatura regolabile; spolverini di vario utilizzo; *jeans five pockets* per uomo e ragazzo con almeno tre tasche brevettate con *zip* e infine *jeans* per donna proposti con cerniera sul fianco, nel più tipico stile della moda femminile di quel periodo, con quattro tasche di cui due con chiusura lampo e presentati come abbigliamento ideale per il *week-end*. Denominatore comune di tutti questi modelli era la volontà di unire in essi caratteristiche come praticità, resistenza, eleganza ed economicità.

Il marchio Roy Roger's debutta nel 1952: è caratterizzato inizialmente da pantaloni e giubbotti in *denim* da 14 *once* mentre la grafica attraverso la quale viene pubblicizzato è ancora semplice e poco raffinata; le scenografie rimandano all'atmosfera *country*, che richiama palesemente il mondo del Far West: il nome stesso del marchio viene preso da un importante sarto americano che, alla fine dell'Ottocento, si avventurava per le vaste praterie dell'Ovest con il suo carro cucendo divise da lavoro per gli allevatori di bestiame, per gli agricoltori e gli abitanti delle piccole cittadine che incontrava lungo i suoi continui spostamenti.

Prendendo dunque ispirazione dai modelli delle aziende storiche statunitensi, quali Levi's, Lee e Wrangler, l'azienda procede alla definizione dei propri caratteri stilistici distintivi: fondamentale è il brevetto della tasca posteriore definita *zipper pocket* con impunture incrociate a incorniciare la caratteristica etichetta a forma di triangolo, in tessuto nero, in cui la "R" di Roy è disegnata come una cintura da *cowboy*.

Il *denim* usato in queste prime collezioni è molto pesante e di un indaco scuro, quasi "cartonato", in quanto non veniva sottoposto a lavaggio: pratica adottata successivamente per ammorbidire la stoffa o il capo finito. Il tessuto era però sottoposto alla "sanforizzazione", speciale lavaggio per la stabilizzazione delle fibre del tessuto, sempre segnalata sull'etichetta di cartoncino colorato fermato a cavallo del cinturino: questo cartellino era applicato ai capi per la commercializzazione ed elencava le maggiori caratteristiche tipologiche ed estetiche del modello. Saranno proprio questo tipo di dettagli, come le etichette in cartone arricchite da disegni policromi o gli innumerevoli adesivi che accompagneranno l'uscita di tutti i nuovi modelli, a diventare un importante veicolo pubblicitario legato sia al capo che alle *jeans-label*. Questi particolari presentavano grafiche diverse che potevano essere legate all'immaginario degli eroi *western* dei fumetti contemporanei o della filmografia hollywoodiana, i cui protagonisti erano banditi, aggressori di diligenze e *gringos* alla ricerca di temibili pellerossa, tutti rigorosamente raffigurati con i *jeans*.

Tipica strategia commerciale dei marchi "*made in Tuscany*" si

rivelerà la fedeltà ai modelli delle aziende storiche americane come Levi's e Wrangler, il cui scopo era quello di fornire al consumatore un prodotto appetibile, fondato sulla continuità e inalterabilità dell'immagine, per farne un "abbigliamento" senza tempo, opposto ai modelli proposti stagionalmente dalla moda tradizionale.

Fino agli anni '60, la struttura del *jeans* rimane pressoché immutata, fatta eccezione per variazioni di lieve entità: verso la fine del decennio, tuttavia, il *jeans* diventa un capo *cult*, ma in senso profondamente diverso da quello attuale in quanto sarà destinato non soltanto alle classi lavoratrici, ma soprattutto ai giovani che attraverso questo tipo di abbigliamento manifestano il loro dissenso nei confronti della società conformistica, o agli artisti poco inclini ad accettare quelle che erano le regole del vivere borghese. In un certo senso, questa tipologia abbigliamento si trasforma in una specie di divisa collettiva, simbolo delle ideologie del '68 e simbolo, contemporaneamente, di una ribellione non solo contro il perbenismo borghese ma anche contro quelli che erano i canoni stabiliti dalla moda corrente.

Oggi si assiste a un fenomeno inverso: spesso il *jeans*, soprattutto per l'intervento di stilisti famosi che hanno fortemente contribuito alla metamorfosi del *denim*, non è più un capo povero o destinato soltanto a specifiche categorie sociali ma, in molti casi, si trasforma in un prodotto che, attraverso lavorazioni sempre più complesse, può apparire unico e sofisticato. Il *jeans* è senza dubbio un capo globalizzato e transnazionale per eccellenza ma ha acquisito un'ampia molteplicità di connotazioni: compare griffato, arricchito da *strass* o cristalli, contaminato da nuove tecnologie di lavaggi, invecchiato con colori o enzimi e la fantasia degli stilisti può renderlo "unico, irriproducibile" e quindi destinato a creare un immaginario collettivo in cui ogni individuo può trovare la propria identità e soddisfare la propria ricerca di semplicità, di qualità, di eleganza.

Bibliografia

- AA.VV, *Biografie di oggetti. Storie di cose*, Milano, Bruno Mondadori Editore, 2009.
- AA.VV, *Jeans! Le origini, il mito americano, il made in Italy*, Firenze, Maschietto Editore, 2005, p.56.
- AA.VV, *The social life of things*, New York, Arjun Appadurai, New School University, 1986, p. 64 (contributo di Igor Kopytoff).
- AA.VV, *Workwear. Lavoro, moda, seduzione*, Venezia, Marsilio, 2009.
- M. Baldini (a cura di), *Semiotica della moda*, Roma, Armando, 2005, p. 22.
- M. Baldini, *L'invenzione della moda, le teorie gli stilisti la storia*, Roma, Armando, 2005.
- R. Barnes, *Dress and Gender. Making and Meaning in cultural context*, Oxford, Berg, 1993.
- R. Barthes, *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Torino, Einaudi, 2006.
- J. Baudrillard (a cura di V. Codeluppi), *Il sogno della merce*, Milano, Lupetti, 2007, p. 37.
- F. Bianchi, *Individualisti conformi. Modi e stili di vita nella metropoli*, Roma, Aracne, 2009.
- P. Calefato, *Mass moda. Linguaggio e immaginario del corpo vestito*, Roma, Meltemi, 2007.

- P. Canestrari, *Fenomeni di moda e consumo nella società italiana: miti, riti e simboli di status*, Rivista Sociologia, Istituto Sturzo, 2007.
- E. Castruccio, *La Penna*, Milano, Idealibri, 1985.
- C. Cavelli Traverso, *Corpus delle uniformi civili*, Roma, De Luca Editori d'Arte, 2009.
- M. Chiodelli, J. C. Passerin d'Entrèves, *Dallo stilo alla penna a sfera. Gli strumenti per scrivere*, Lodi, Il Pomerio, 1993.
- V. Codeluppi, *La vetrinizzazione sociale, il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*, Torino, Bollati Boringhieri, 2007, p. 29.
- J. Craik, *Il fascino dell'Uniforme, dal conformismo alla trasgressione*, Roma, Armando Editore, 2010, p. 116.
- J. Craik, *Uniforms Exposed*, Oxford, Berg, 2005, p. 159.
- E. Crispolti, *Il futurismo e la moda. Balla e gli altri*, Venezia, Marsilio, 1986.
- A. M. Curcio, *La moda identità negata*, Milano, Franco Angeli, 2002, p. 50.
- G. Dorfles, *Mode & Modi*, Milano, Mazzotta, 2010.
- R. Fiorini, *Esistenza, spazio e ufficio*, Ravenna, LWS Lean work space, 2011.
- J. C. Flugel, *Psicologia dell'abbigliamento*, Milano, Franco Angeli Editore, 2004.
- D. Fonti (a cura di), *Thayaht, futurista irregolare*, Milano, Skira, 2005.
- L. F. Garavaglia, *Il futurismo e la moda*, Milano, Excelsior 1881, 2009.
- G. Giammarresi, *La moda e l'architettura*, Milano, Electa, 2008.
- S. Gnoli, *Un secolo di moda italiana, 1900-2000*, Roma, Meltemi, p. 179.
- A. Hunt, *A history of sumptuary regulation*, Londra, Macmillan, 1996.
- I. Kopytoff, *The cultural biography of things: Commoditization as process*, in *The social life of things*, A. Appadurai, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, pgg. 64-94.
- M. Lepore, *Evoluzione dello spazio ufficio nell'era della Information Technology*, Roma, Aracne, 2004.
- A. Lurie, *Il linguaggio dei vestiti*, Roma, Armando, 2007, p. 43.
- T. Maldonado, *Reale e virtuale*, Milano, Feltrinelli, 1992.
- J. Myerson, P. Ross, *L'ufficio del futuro*, Modena, Logos, 2003.
- F. Monneyron, *Sociologia della moda*, Milano, Laterza, 2008, p. 77.
- M. Naldini (a cura di), *Non c'è futuro se non hai una vera storia*, Firenze, Mauro Pagliai, 2008.
- P. Pizza, *Psicologia sociale della moda. Abbigliamento e identità*, Verona, QuiEdit, 2010.
- D. Premoli, *Interview. Dieci anni dopo. Il progetto ufficio all'inizio del nuovo millennio*, Milano, 22 Publishing, 2008.

B. Radice, *Memphis*, Milano, Electa, 1984.

D. Roche, *Il linguaggio della moda. Alle origini dell'industria dell'abbigliamento*, Torino, Einaudi, 1991.

I. Rota e A. Ubertazzi, *Galleria degli strumenti*, catalogo della Galleria del Disegno alla Triennale di Milano del 1979, Milano 15 dicembre 1979.

R. Sennett, *L'uomo flessibile, le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale*, Milano, Feltrinelli, 2001, p. 9.

G. Simmel, *La moda*, Milano, Mondadori, 1998.

G. Simmel, *Moda e metropoli*, Prato, Piano B, 2011

S. Tavanti, *La Penna stilografica, origini, funzionamento e collezioni*, Arezzo, Alberti & C., 1987.

A. Ubertazzi, *Intervista a Leonida Castelli*, in "Habitat Ufficio" n. 5, Milano, Alberto Greco, dicembre 1982, pagg. 16-25.

A. Vitali, *la moda a Venezia attraverso i secoli*, Venezia, Filippi, 2009.

M. Young, *Police Wives: a reflection of police concept of order and control*, in S. Ardener e H. Callan, Oxford, Oxford University Press, 1991.