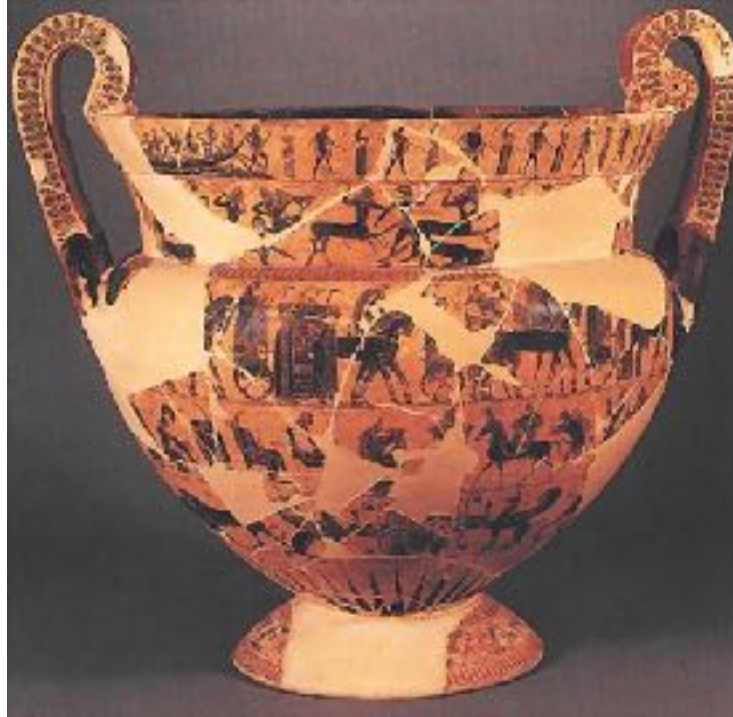


ESTETICA E DESIGN

Testo di riferimento: Andrea Mecacci, Estetica e Design, il
Mulino, 2012

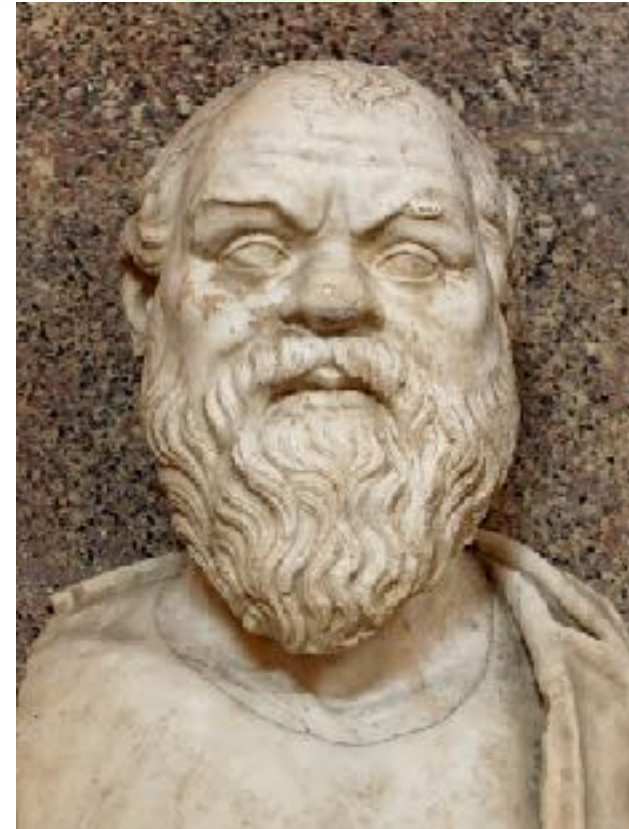
Il pensiero greco

«Lo studio delle forme storiche dell'arte non può che ricondurre a quella definizione dei linguaggi plastici che fu il mondo greco, una realtà nella quale la differenza tra arte e arte applicata era inconcepibile. Ogni oggetto (e ogni immagine), infatti, si riconosceva in una precisa dinamica produttiva che trovava sempre la stessa legge: ogni *mimesis* (ogni rappresentazione) scaturiva da una *techne* specifica (da un sapere produttivo specialistico). Il problema estetico dell'oggetto prodotto per i greci, almeno prima di Platone, era quindi una questione essenzialmente tecnico-funzionale.» (Mecacci)



Vaso Francois, circa 570 a. C. Firenze, Museo Archeologico

Se la *techne* designava la capacità di produrre un oggetto atto a soddisfare un fine, la bellezza di quell'oggetto rifletteva questa sua adesione finalistica: la bellezza si dà nel momento in cui un oggetto realizza il suo scopo o si rivela adeguata a quello scopo...La corrispondenza ontologica tra bello (*kalon*) e buono (*agathon*) è un'identità che rende i due termini inscindibili nella loro operatività.



Nei *Memorabili* di *Senofonte* Socrate afferma: « E tu credi che una cosa buona e una bella siano diverse? Non sai che rispetto agli stessi fini le stesse cose sono belle e buone insieme?...Le cose di cui gli uomini si servono sono considerate belle e buone in relazione a ciò per cui sono utilizzati...Ogni cosa infatti è buona e bella rispetto allo scopo per cui è adatta, dannosa e brutta rispetto a quello per cui non è adatta.»



Platone

Il X libro della *Repubblica* di *Platone* dischiude una scena primaria della storia dell'estetica: da una parte il mondo sensibile, la realtà in divenire che si apre confusamente ai sensi, dall'altra il mondo soprasensibile che si articola in riferimenti che orientano quella stessa realtà multiforme. Da un alto l'estetico, in senso letterale, e dall'altro l'ideale. La *mimesis* è ciò che raccorda problematicamente l'essenza e l'apparenza di una cosa trasponendo questo legame in un oggetto o in un'immagine. Si tratta di un quadro complesso che Platone tematizza nel *Sofista*, laddove dopo aver diviso la *techne* in *techne ktetike*, l'arte di acquisire ciò che è già in essere in natura (come nel caso dell'agricoltura o della pesca), e in *techne poietike*, l'arte di produrre ciò che ancora la natura non rende disponibile, a essere indagato è lo stesso legame tra produzione e verità.



Platone e Aristotele

La riflessione estetica di **Platone** e **Aristotele** ruota attorno alle questioni sulla *Mimesi*, la *Fantasia*, il *Piacere estetico*, il *Bello*.



Entrambi i filosofi avevano una concezione assai confusa circa l'autonomia dell'arte.



Difatti, il concetto di arte includeva non solo la poesia, le arti figurative e la musica, ma persino i mestieri e le arti applicate.



Inoltre, è necessario tener conto della/compiere una distinzione tra le *arti creative* e le *arti imitative*, le quali sono subordinate alle prime e corrispondono a quelle che, attualmente, noi definiamo arti. Di conseguenza, le *arti* risultano inferiori ai mestieri. Es: L'artigiano che costruisce un letto, realizza l'idea di letto che è un'idea divina mentre, il pittore che dipinge il letto, imita l'apparenza di esso, ossia l'ideale e non l'idea, diventando l'imitatore dell'imitazione e allontanandosi sempre più dalla verità. La lontananza dal vero coincide con la menzogna, da cui deriva la *condanna platonica dell'arte*.



Platone e **Aristotele** si dedicarono, segnatamente, alla poesia che condivide lo stesso mezzo espressivo impiegato in filosofia e alla musica che, in un certo qual modo, si lega alla poesia. Si interessano in misura minore alle arti figurative (pittura, scultura), poiché in esse è più evidente il processo della mimesi.

La *techne poietike* è a sua volta sommariamente suddivisa tra un'arte che produce cose vere e un'arte che produce immagini, la *techne mimetike*. Ed è quest'ultima a costituire uno dei nodi centrali dell'estetica platonica. Il nesso tra realtà e rappresentazione, tra verità e immagine, vive di equilibri diversi che fanno scaturire ulteriori tipologie di arte: la *techne eikastike* (la riproduzione corretta dell'oggetto) e la *techne phantastike* (la riproduzione che si basa sull'apparenza dell'oggetto). Quest'arte della simulazione è il bersaglio che Platone affronta nella *Repubblica*.

Nel *Cratilo* Platone, per verificare se sussiste una correlazione originaria tra le cose e i loro nomi - questo è il tema del dialogo - introduce un esempio che potrebbe definirsi tecnologico. L'oggetto preso in esame è una spola. Il sapere dell'oggetto da parte del falegname è ciò che dirige la costituzione dell'oggetto stesso. Ciò che il falegname conosce, nell'esempio di Platone, è propriamente la relazione che intercorre tra la spola e l'attività della tessitura, quindi la funzione dell'oggetto.. Ma questa relazione non è di per sé qualcosa di materiale, è una forma che connette due dimensioni. E' per l'appunto un'idea.



Giacomo Ceruti, la filatrice, sec. XVIII

Pertanto quando il falegname pensa un oggetto e lo costruisce, elabora una relazione formale: la funzione diventa in questo modo il parametro dell'intero progetto. Da ciò consegue l'attenzione normativa che Platone rivolge ai materiali che devono essere utilizzati nella costruzione dell'oggetto. La forma e i materiali, trovando la loro sintesi nella funzione, definiscono la perfetta adeguazione dell'oggetto alla sua attività pratica: è bandito ogni capriccio creativo, ogni eccentricità progettuale. ..



Millais, Cristo in casa dei suoi genitori (La bottega del falegname)
1849-1850)

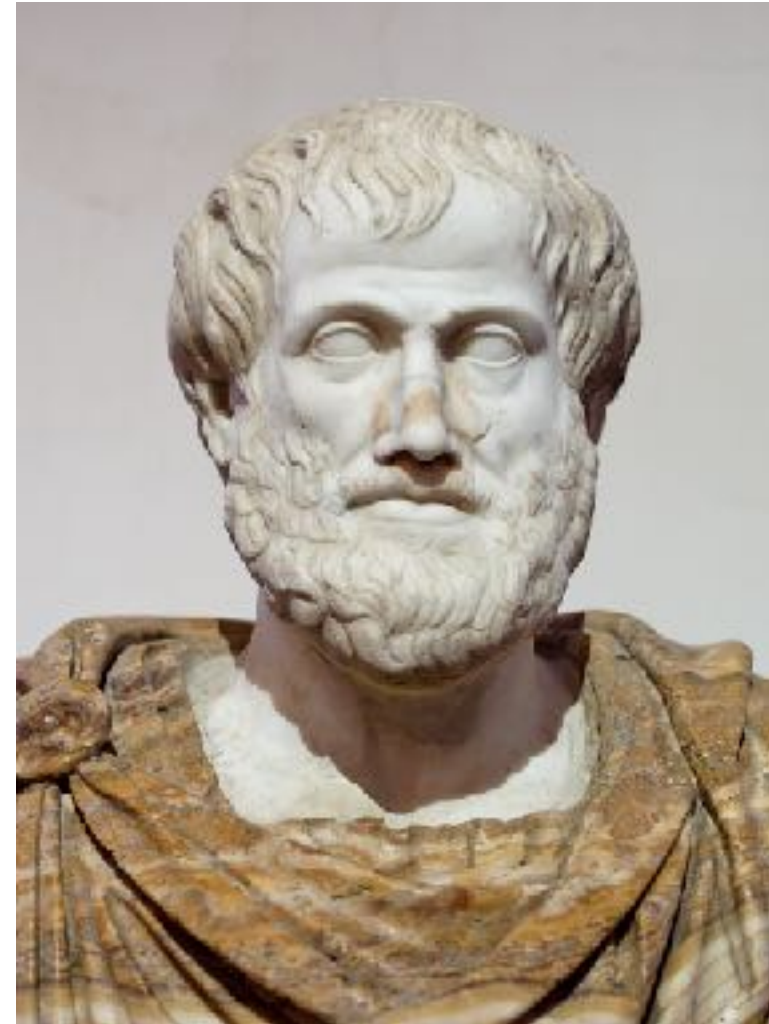
..Oltre all'attenzione nei confronti dei materiali, in Platone emerge che l'artigiano, nel dare importanza alla funzione dell'oggetto, assume un ruolo secondario rispetto al destinatario finale dell'oggetto: è il tessitore il giudice finale della reale funzionalità della spola. La bellezza dell'oggetto è una bellezza tecnica, ovvero dettata dal suo valore d'uso, sia l'oggetto in questione una lira o un timone. La *mimesis* corretta risponde dunque allo scopo operativo dell'oggetto «quale la natura lo esige»: valutare i nessi interni alla stessa operatività progettuale significa propriamente ottenere quella che Platone nel *Sofista* definisce *mimesis historike*, un'imitazione conoscitiva basata su un reale sapere dell'oggetto.



Apollo con la lira, pittura vascolare greca, circa 460 a. C.

Aristotele

La riflessione sull'arte di Aristotele segnala una maggiore insistenza sui fattori conoscitivi del fare umano. Ciò comporta che nelle dinamiche della produzione il perno diventa il movimento razionale che predispone queste stesse dinamiche: si potrebbe quindi asserire che in Aristotele il centro della *technè* è il momento razionale, il progetto è il cuore della produzione. Opposta all'*episteme*, alla scienza che si rivolge alla conoscenza di ciò che è, la *technè* è un sapere produttivo, è propriamente la conoscenza produttiva delle cose possibili. Come Aristotele afferma nel VI libro dell'*Etica Nicomachea*: «L'arte...è una disposizione accompagnata da ragionamento vero che dirige il produrre.»

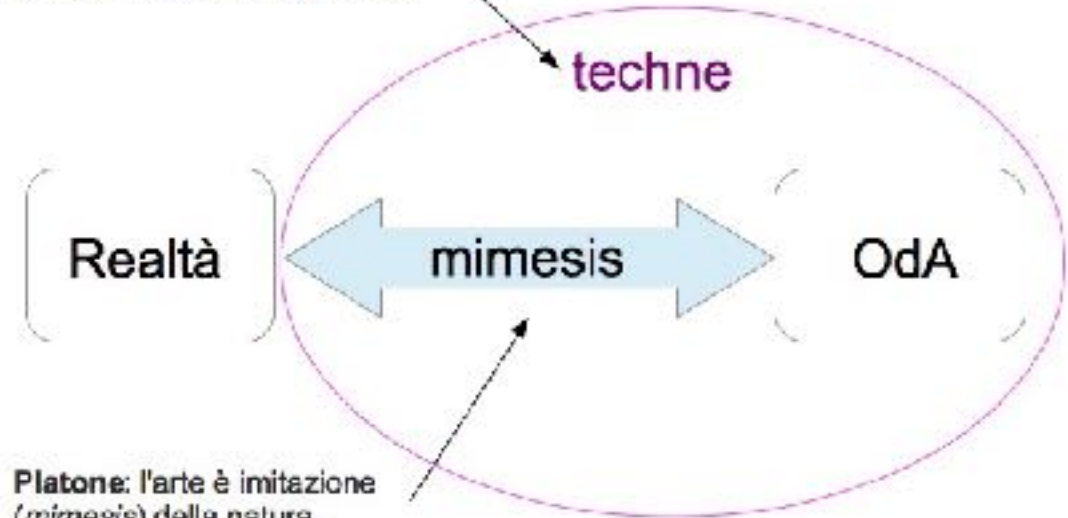


Aristotele, copia romana del busto di Lisippo

rappresentare

Questa produzione, però, non è univoca o, peggio ancora, arbitraria. La *techne* infatti conduce a due esiti differenti. «Alcune cose che la natura è incapace di effettuare, l'arte le compie; altre, invece, le imita» Sempre inserita in quel contesto generale che è la natura, la capacità produttiva dell'uomo dà vita o ad arti che integrano la natura o ad arti che la imitano. La *techne* quindi si suddivide in due grandi ambiti: il tecnologico in senso lato e l'artistico in senso stretto. Da una parte la natura si risolve in un disegno produttivo dotato di razionalità, dall'altra essa stessa diventa modello di dinamiche creative.

Aristotele: l'arte è *techne*, abilità su cui si misura la qualità dell'artista



Platone: l'arte è imitazione (*mimesis*) della natura.

Il parallelismo tra arte e natura, il loro bilanciamento reciproco, non è più come in Platone un problema di falsificazione ontologica del reale, ma è una questione propriamente tecnica: il modo in cui l'uomo entra nella natura attraverso ciò che produce, attraverso i suoi oggetti. In questo quadro la *techne* si apparenta alla natura. Ogni produzione tecnica esprime quella finalità che opera implicitamente nella natura: «E se, dunque, le cose artificiali hanno una causa finale, è chiaro che è così anche per le cose naturali: infatti il prima e il poi si trovano in rapporto reciproco alla stessa guisa, tanto nelle cose artificiali quanto in quelle naturali.» (*Etica Nicomachea*)



Raffaello, la scuola di Atene. *Platone e Aristotele*

Aristotele (384 a.C.- 322 a.C.)

Riassumendo:

Platone inseriva all'interno delle arti anche discipline oggi insospettabili come la caccia e la cucina, *escludendo invece la poesia, perché la téchne* doveva comprendere un "saper fare" oltre che un semplice "sapere". Aristotele, dal canto suo, distingueva tra *praxis*, che è fine a se stessa, e *téchne*, che deve mirare a un prodotto.

L'attuale significato di "*arte*" deve essere ricondotto a uno snodo fondamentale che dal Rinascimento ci ha lentamente portati ai giorni nostri, ossia la separazione tra sapere e saper fare in ambito artistico, e il conseguente affrancamento delle arti da una serie di regole prefissate. (Stefano Velotti)

- Techne: produzione di oggetti
- Praxis: attività proprie dei cittadini (politica e guerra)
- Episteme: contemplazione filosofica fine a se stessa

Arte e artigianato

Tenendo sempre presente che «il termine greco per arte e il suo equivalente latino (*ars*) non denotano specificatamente le «*belle arti*» nel senso moderno, ma si applicano anche a tutti i tipi di attività umana che chiameremo artigianato e scienza» (P. *Kristeller*), il processo storico che porterà alla divisione rinascimentale di arte e artigianato rappresenta un'articolata sistemazione dei saperi pratici e allo stesso tempo una loro interrogazione concettuale.

Trekking urbano
Firenze nell'Arte
visita ai laboratori
artigiani di San Frediano
e Santo Spirito



info@associazioneemarginalia.org
visiteguidate@associazioneemarginalia.org
iniziative@associazioneemarginalia.org

Fu la crescente rivendicazione perseguita dalle arti visive, sulla scorta della nuova riappropriazione dei testi classici, a sancire il definitivo congedo dell'arte dall'artigianato, un congedo che trovò nella fondazione (1563) dell'Accademia e *Compagnia dell'Arte del Disegno a Firenze* la sua prima traduzione storica e in quella dell'*Accadémie Royale de Peinture et de Sculpture* di Parigi (1648), la consapevole distinzione tra le accademie delle arti e le corporazioni artigianali. Veniva lentamente a strutturarsi il sistema delle arti opposto all'artigianato: da un lato le arti con finalità estetiche, dall'altro quelle con finalità pratiche. Questa bipartizione si specchiò anche nella successiva separazione di arte e scienza.



Nel Settecento - il secolo dell'Illuminismo - fu ridefinita la nozione di *techne* e in seconda battuta fu affrontato il tema del bello alla luce di questa sistemazione dei processi produttivi dell'estetico

Come ha sottolineato *Gillo Dorfles*, in questo quadro può rientrare in campo *Kant*, implicato nella nozione del bello moderno:

«Accanto alla bellezza pura (*pulchritudo vaga*) esiste per il filosofo tedesco la bellezza aderente (*adhaerens*), ossia quella bellezza che implica anche il fine a cui la cosa deve servire...» (*G. Dorfles*, introduzione al disegno industriale, 1963)



«Rimodulare la bellezza nell'uso, sconfessare l'idea ormai assodata dell'autonomia del bello e del suo conseguente legame esclusivo con l'arte, dar vita a una dimensione estetica nella quale il *qualitativo* potesse realizzarsi nel *quantitativo*, coordinare il disegno dell'estetico nelle nuove forme industriali: furono queste le sfide che l'estetica classica lasciò inesprese. L'estetica di *Hegel* rappresentò sotto questo profilo il dilemma più acuto. Attestare la morte dell'arte significava togliere al mondo la bellezza come momento di verità: l'arte non era più capace di comprendere le modalità in cui lo Spirito, in cui la realtà nelle sue trame di senso ricomprende il proprio significato ultimo.



La modernità veniva a configurarsi essenzialmente come un tempo *postestetico* in cui il bello, che in *Hegel* coincide sempre con l'arte, è soltanto uno dei tanti corredi possibili della realtà sociale, un'esperienza fra le tante. In questo la riflessione hegeliana sull'arte si apriva, parallelamente - seppure in polemica - a quella romantica, della frantumazione dell'idea classica dell'oggetto artistico: il brutto, il frammentario, l'incompiuto, lo squilibrio tra forma e contenuto emergevano come i nuovi paradigmi.



Celebrando la classicità greca come unico momento nel quale il bello aveva avuto una forma storica, Hegel sanciva il carattere passato dell'arte, ma proprio chiudendo la possibilità dell'arte nel moderno paradossalmente faceva esplodere questa possibilità: il bello non è più individuabile in quell'oggetto unico, irripetibile, singolare che è l'opera d'arte, ma è alla ricerca delle sue nuove forme inattese e marginali. Nel momento in cui il mondo si de-estetizza nell'arte si ri-estetizza negli oggetti, dalla singolarità assoluta dell'estetico (l'opera d'arte) si passa alla sua pluralità indefinita (il prodotto industriale).





G. W. F. HEGEL

La morte dell'arte segna pertanto una trasformazione dell'arte stessa. Rinunciando alla sua narrazione principale - la bellezza - l'arte ottocentesca sia prì scissa tra la sua dimensione mercificata e, al lato opposto, la sua estetizzazione estrema nella nozione di *art pour l'art*. Fu così che la morte dell'arte fu ripensata in quello spettro postclassico che venne ad aprirsi tra due poli simbiotici: il mercato e l'avanguardia. Ed è qui, al suo stato embrionale, che si inseriscono le riflessioni di Baudelaire e quella di Marx.

HEGEL ED IL SUO TEMPO

La biografia

Stoccarda 1770 – Berlino 1831

Formazione teologica a Tubinga

Adesione agli ideali della Rivoluzione Francese

Precettore in Svizzera

Scritti giovanili (*Vita di Gesù* 1795)

Ritorno in Germania

Carriera accademica (Heidelberg e Berlino)

Fenomenologia dello Spirito 1807

Enciclopedia delle scienze filosofiche 1817

Lineamenti di filosofia del diritto 1821



Clitva anti l'immagine per visualizzare il video originale
sul sito YouTube
(link: https://www.youtube.com/watch?v=...)

Dando vita a risposte diverse, *Baudelaire* e *Marx* dettano due linee decisive del mutamento dell'opera d'arte in merce, due dimensioni complementari che attestano lo stesso smarrimento del soggetto davanti all'inedito e misterioso spazio della metropoli industriale: non a caso la prima categoria estetica con cui vennero interpretate le nuove forme della modernità industriale fu il *feticismo*.» (Mecacci)



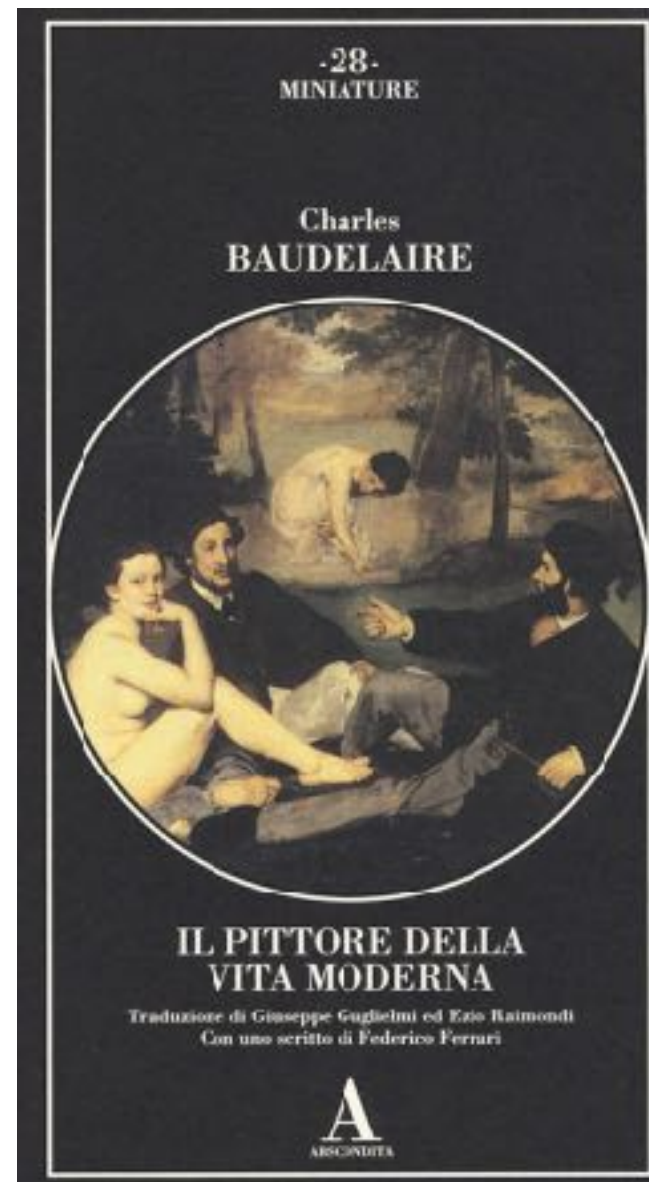
Baudelaire

Per Baudelaire il *feticcio* è una rappresentazione definitiva del mondo borghese: esso stabilisce l'artificio come l'orizzonte estetico non più superabile dalla società capitalista e riconosce lo spazio della metropoli come suo nuovo ed esclusivo luogo di appartenenza. L'estetica baudelairiana dell'artificio è la prima grande risposta estetologica all'interrogativo che viene formulato nel momento in cui il design si delinea sommessamente come problema culturale. La bellezza non è altro che un'incessante rielaborazione del soggetto nell'oggetto, il feticismo; essa è qualcosa di doppio, eterna e contingente, ed è proprio questo aspetto che la indirizza verso la moda, verso il gusto sociale mutevole e inquieto del moderno, in ultima istanza verso il mercato

Il feticismo delle merci

- Dietro ad ogni merce c'è quindi il lavoro di uno o più operai che ne stabilisce il valore di scambio. Ogni volta in cui acquistiamo una merce entriamo quindi in un **rapporto sociale**. Nell'economia capitalista questa dimensione sociale del mercato è nascosta e dimenticata. Le merci diventano **feticci**, divinità oggetto di venerazione, mentre vengono dimenticate nella loro vera natura di rapporti sociali

Baudelaire tematizza nel suo scritto teorico più significativo, *“Il pittore della vita moderna”* (1863), il legame decisivo tra la modernità e la natura duplice del bello. Al bello classico della tradizione, si affianca una bellezza più intensa, più attuale, più contemporanea: è ciò che prende il nome, estensivo, di moda. In Baudelaire la moda è soprattutto la modalità con la quale il soggetto interpreta il proprio rapporto con la società e gli oggetti sono il centro di questa operazione, ancora essenzialmente individualista. È un’esperienza estetica, tipicamente moderna, che Baudelaire fa coincidere con la figura del dandy. Con Baudelaire l’estetico comprende che il suo nuovo spazio è l’esposizione, la fiera industriale, e che la sua nuova forma è l’esser esposto, l’esibizionismo.



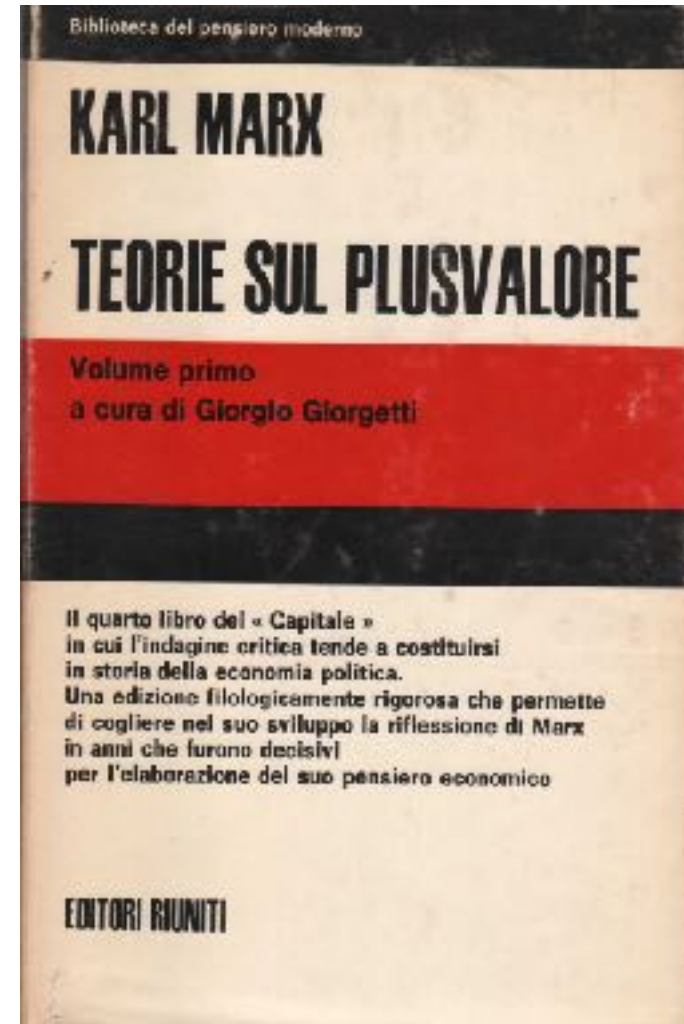
. L'oggetto industriale, il feticcio moderno, è la proiezione di questo disagio, è l'elaborazione estetica dello stesso *spleen*, il malessere disarticolato e onnipresente dell'uomo metropolitano, la gratificazione momentanea di un'inquietudine altrimenti non tollerabile. Baudelaire sottopone la nozione d'arte alla più cruda revisione possibile: "Che cos'è l'arte? Prostituzione". La bellezza non è più la decorazione dell'oggetto, ma la sua forza economica. In questa consapevolezza l'estetica dell'artificio di Baudelaire tocca la nozione di feticismo della merce di Marx.



Claude Monet, Colazione sull'erba, 1865,1866

Karl Marx

Una delle categorie interpretative più durature e più influenti con la quale la filosofia ha guardato il prodotto industriale è la nozione di “*feticismo delle merci*” che *Marx* sviluppa nel IV paragrafo del libro primo de “*Il capitale*”. Il feticismo della merce è, secondo *Marx*, una radiografia estensiva delle dinamiche che intercorrono tra estetica e produzione industriale. Marx coglie un conflitto costitutivo insito nella società capitalistica. Per *Marx* non si tratta solamente di attestare il divario tra estetico e produzione industriale, ma anche di appurare come questo conflitto si rielabora in nuove forme sociali.



La diagnosi marxiana trova il suo nucleo in una frase decisiva contenuta nelle *“Teorie sul plusvalore”*: “La produzione capitalistica è nemica di certe branche di produzione intellettuale, per esempio dell’arte e della poesia”. La legge dialettica che scandisce i cambiamenti dei processi storici è rinvenibile anche all’interno delle stesse dinamiche produttive, siano esse relative all’arte o all’industria. Vi è una correlazione strutturale tra il momento soggettivo del consumo e quello oggettivo della produzione. Marx evoca tangenzialmente il concetto dell’obsolescenza individuando come il consumo sia sempre un motore economico e la base di una nuova spinta in seno alla produzione stessa: *“Il consumo crea il bisogno di una nuova produzione e quindi nel motivo ideale che è lo stimolo interno della produzione e il suo presupposto”*.

CARL MARX

saggio di profitto



- In particolare il saggio del plusvalore è nella teoria marxiana il rapporto tra plusvalore e capitale variabile, e il saggio di profitto è invece il rapporto tra il plusvalore e l'insieme del capitale investito, ovvero capitale variabile e costante (salari e macchinari). In formule:
- Saggio del plusvalore: $SPv = \frac{Pv}{V}$
- Saggio di profitto: $r = \frac{Pv}{(C + V)}$
- Dove Pv è il plusvalore, C il capitale costante e V il capitale variabile.

Marx configura il lato non meramente materiale che il mondo della produzione dischiude e inaugura uno scenario nel quale l'oggetto è sempre mediazione: gli oggetti creano un'antropologia ad hoc. Ora ciò che si consuma nella società capitalistica non è un "oggetto in generale", ma la merce, e il rapporto che si instaura tra consumatori e merci nel capitalismo ha un suo carattere preciso: il *feticismo*. L'*alienazione* è l'altra faccia del feticismo: essa impoverisce di contenuti il soggetto che smarrisce la propria identità proiettandola di conseguenza in un altro da sé e risolvendosi, in ultima istanza, nello stesso processo feticistico.

Alienazione deriva dall'aggettivo latino *alienus* e questo, a sua volta, dal pronome indefinito "*alius*" (in greco *allos*): altro. Il termine fa riferimento a colui o a ciò che è altro, straniero, non appartenente alla nostra comunità, in pratica che "non è dei nostri" e che, quindi, ci è estraneo.



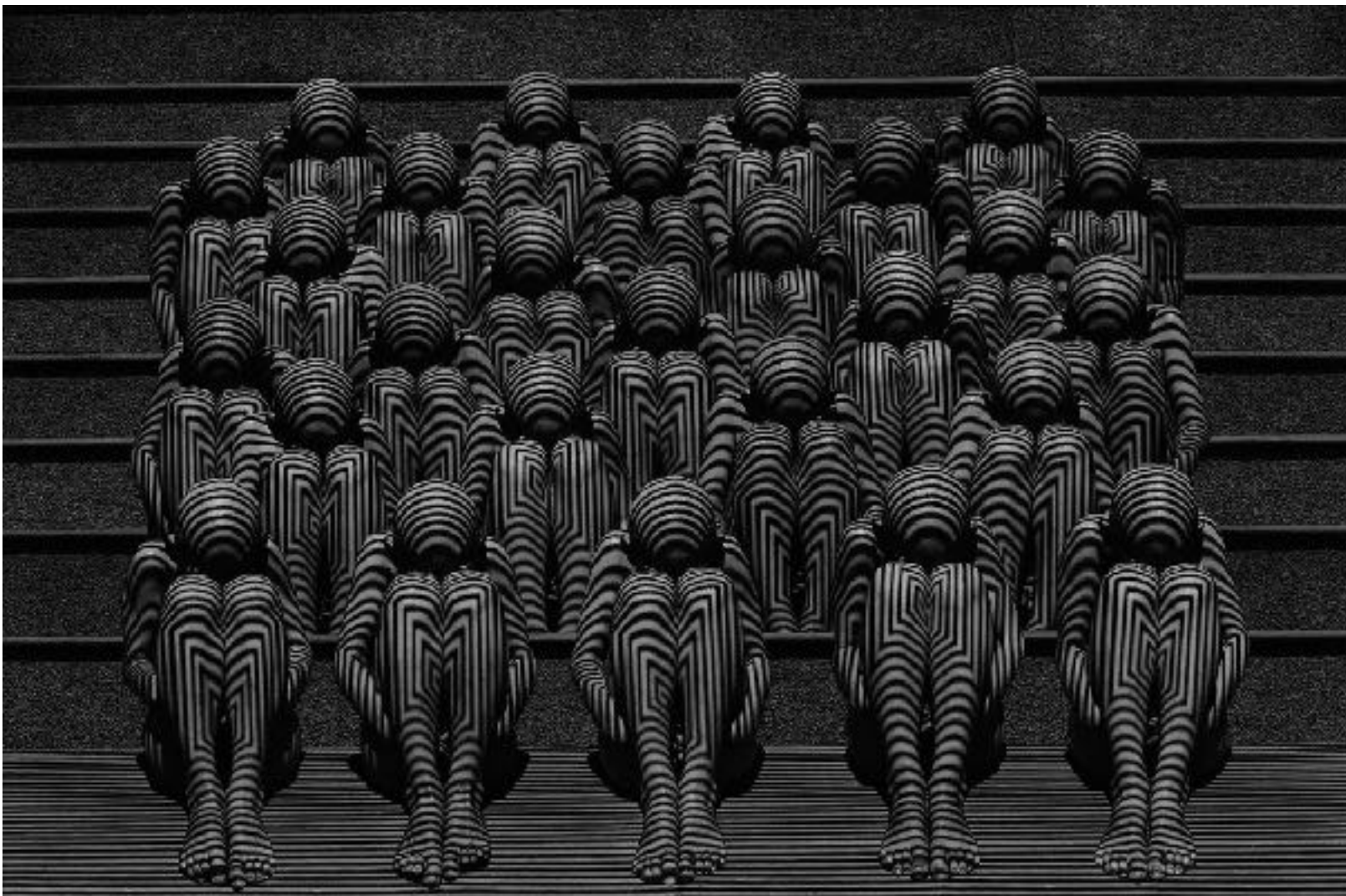
E. Munch, Sera lungo la via Karl Johan, 1892

La merce è quindi un secondo scenario rispetto all'oggetto, come lo è il valore di scambio rispetto al valore d'uso. Già in questo scarto risiede la valenza sociale della merce. L'uomo attribuisce alla merce, come in uno specchio deformato (questa la metafora di *Marx*), le sue stesse qualità e i suoi stessi rapporti con il mondo. La merce si anima, nel senso pieno della parola, di contenuti che non le appartengono, perché sono i contenuti propri dell'uomo. In *Marx* è ancora implicito, seppure di fatto tematizzato, uno dei ruoli che molti interpreti attribuiranno al design: non solo elaborazione estetica della forma, ma forza che regola l'universo degli oggetti e l'essere sociale degli uomini.



Misha Gordin. Fotografia.

Attraverso la simmetria e la ripetizione, le immagini di *Gordin* trasformano il corpo in un monumento poetico che riconosce protestando in silenzio la cancellazione del singolo individuo.



Misha Gordin è
un fotografo
concettuale
nato in
Lettonia

Nel corso di diversi decenni, *Gordin* ha prodotto immagini mozzafiato con contenenti ombre, forme, e folle di persone, infondendo in ogni singola immagine la vasta gamma di esperienze umane. I temi ricorrenti sono la paura e l'alienazione, la resistenza e il collasso, la lotta per l'identità in un mondo dominato da un opprimente conformismo.



Misha Gordin

Gottfried Semper

Il ritardo con il quale l'estetica classica si rapportò a queste nuove dimensioni divenne tangibile nella riflessione di *Semper*. Egli fu l'esempio massimo di una riflessione che tradiva le sue stesse ambizioni: cercando un'organicità di sintesi legittimava al tempo stesso l'urgenza di un'indagine analitica. Fu questa l'impostazione di fondo che vide *Semper* visitatore della *Great Exhibition* di Londra nel 1851 e che informò il saggio dell'anno successivo, "Scienza, industria e arte", che di quella visita fu la testimonianza, quasi una cronaca a caldo. Se la visione di quegli oggetti faceva pensare a un "guazzabuglio di forme o a un baloccamento infantile", *Semper* vi intravede anche una direzione da percorrere, una dimensione pionieristica non facilmente liquidabile: pensare operativamente questa possibilità, questo nuovo spazio dell'oggetto è il contributo di *Semper* a un'eventuale storia estetica del design.



The Great Exhibition at Crystal Palace, 1851

Gli oggetti del *Crystal Palace* erano degli ibridi la cui bruttezza derivava da una duplice sconfessione: gli errori formali erano causati dal mancato rispetto sia dei materiali sia delle destinazioni d'uso. Da qui nasceva il fiscale giudizio semperiano di un pastiche di forme o di un gusto infantile fine a se stesso. La forma è per *Semper* una morfologia pratica che si compie nel rispetto delle componenti funzionali e materiali dell'oggetto. Si può affermare, in linea generale, che l'analisi compiuta da *Semper* è una critica al decorativismo. In primo luogo *Semper* rileva l'insistito escamotage di saturare l'oggetto con richiami plastici. Questa è l'aberrazione estetica che comporta i due errori fondamentali: l'esteticità dell'oggetto non si esprime nella sua fisionomia e questa struttura ornamentale o è totalizzante rispetto all'oggetto o gli è totalmente estranea. L'intento di *Semper* era quello di costruire un gusto collettivo non tramite l'applicazione di teorie, ma attraverso la verifica concreta del nesso tra estetica ed esistenza quotidiana.



The Great Exhibition



Il bello è la combinazione di tre fattori che configurano la bellezza formale: la simmetria, la *proporzione* e la *direzione*. Il rapporto che viene a istituirsi tra forma, funzione e materiali delinea pertanto il perimetro nel quale *Semper* costruisce la sua ide di operatività tecnologica che, toccando inevitabilmente la questione estetica dell'oggetto, confluisce in una revisione continua del concetto di ornamento. Con *Semper* l'attenzione *estetologica* si spostò all'immediatezza dell'oggetto comportando una rivalutazione necessaria dei materiali e delle tecniche produttive. Fu questo il significato autentico dell'espressione "estetica pratica".

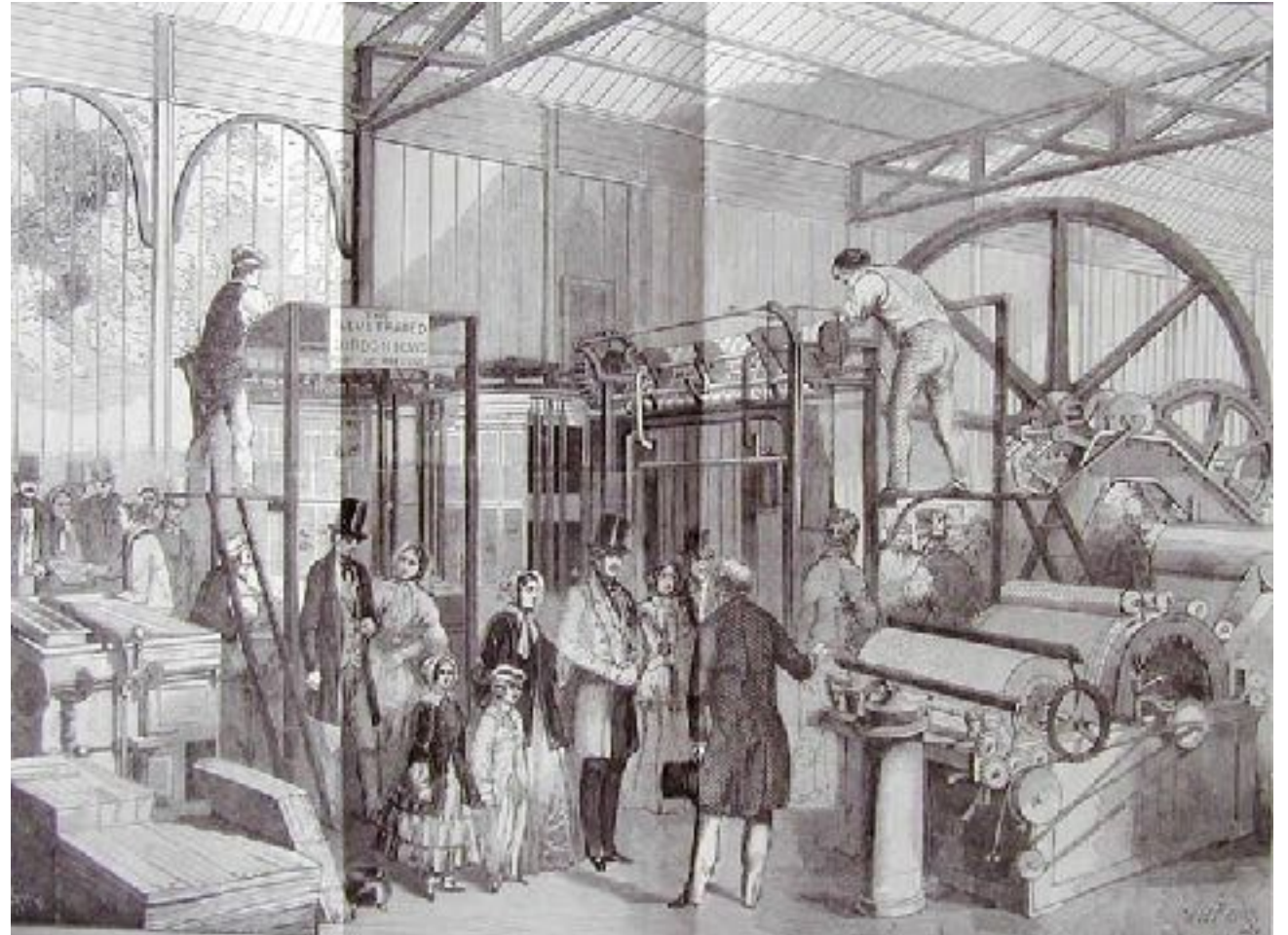
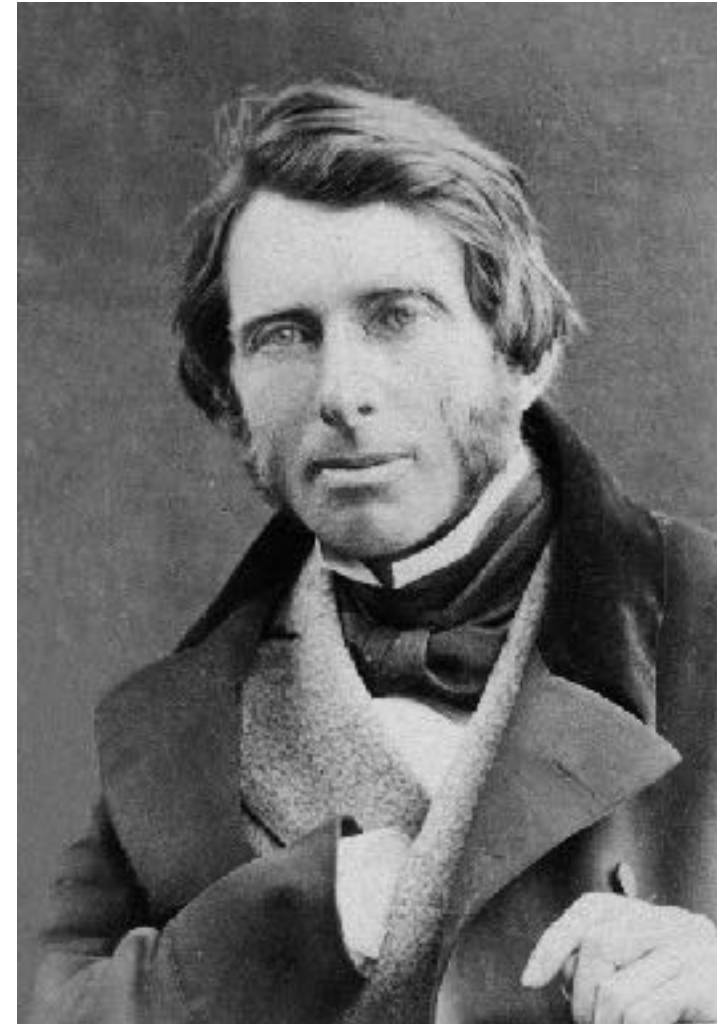


Illustration from the Official Catalogue the great exhibition. Source University of Glasgow library -

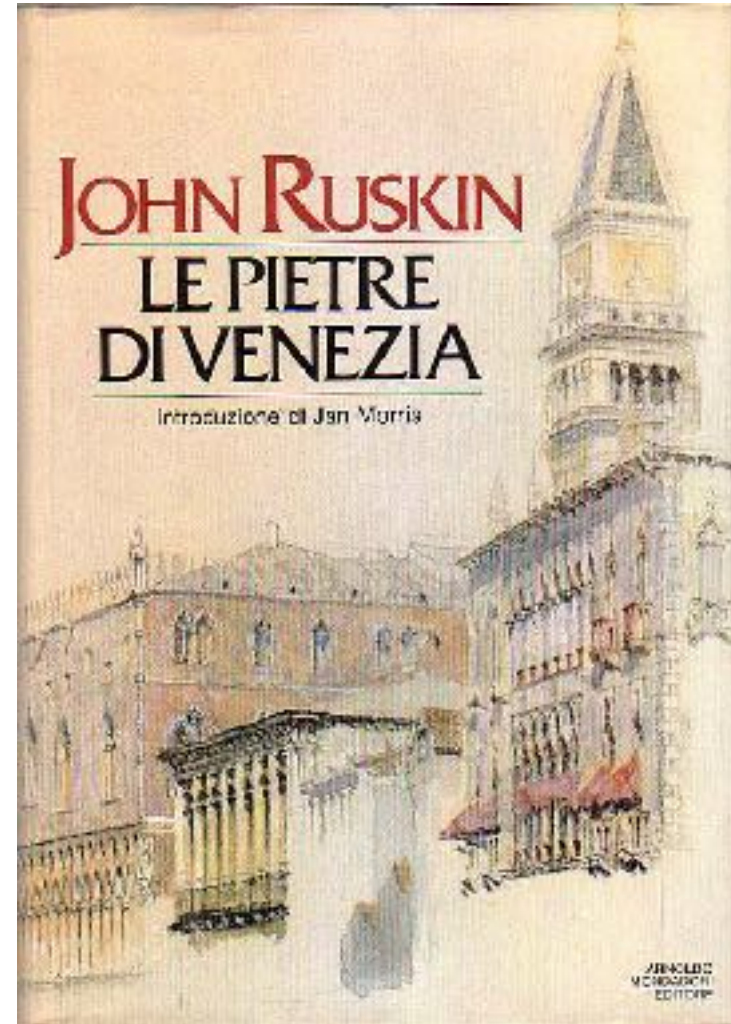
John Ruskin.

È la bellezza come valore allo stesso tempo assoluto e determinabile storicamente a rivivere nella voluminosa opera di *Ruskin*. L'idea *ruskiniana* di fondo è che la bellezza sia qualcosa di necessario all'uomo, ne è un predicato costitutivo, e in questo riflette una verità non solo estetica ma morale. L'arte pertanto è la tangibilità di questa visione sostanzialmente teologica dell'estetico che trascende in modo problematico l'umano. *Ruskin* introduce una doppia tipologia del bello. Ad un bello metafisico, ideale, di ascendenza platonico-cristiana, che fa della propria immutabilità e incorruttibilità la sua cifra ontologica risponde una bellezza legata al divenire della vita e alla perfettibilità morale.



John Ruskin

Ad una bellezza pura e formale (bellezza tipica) si affianca una bellezza mondana ed espressiva (bellezza vitale). La bellezza è pensata essenzialmente come una questione di emancipazione sociale. Ne “*Le pietre di Venezia*” (1851-1853), il mondo gotico si configura come il simbolo autentico della purezza cristiana e in tale visione antirinascimentale si inscriveva per *Ruskin* il valore decisivo dell’ornamento. *Ruskin* lega la questione estetico-architettonica a quella sociale toccando di fatto la questione della possibilità di un miglioramento delle condizioni qualitative del lavoro dell’operai.



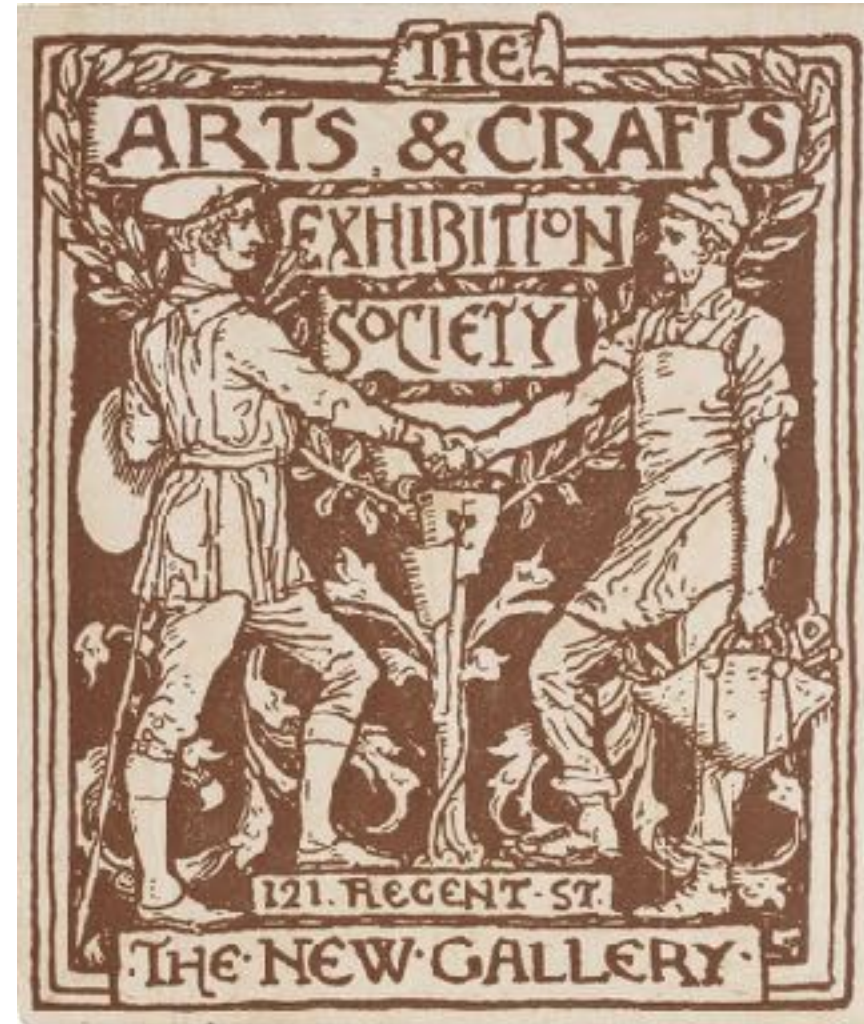
Ruskin scorge nell'esempio dell'operaio liberato, nell'artigiano, la figura che muta l'essere umano da mezzo a fine: alla macchina si oppone la persona. Non ha senso produrre qualcosa di perfetto se lo si crea meccanicamente, nella costrizione, ha senso solo l'imperfezione dell'umano nel pieno della sua autonomia. *Ruskin* mirava a un'estetica che negasse l'obsolescenza come valore estetico e che avesse come suo orientamento non la produzione ma la conservazione. La concezione *ruskiniana* del lusso trasformava il feticismo in un male sociale. Il messaggio di *Ruskin*, a proposito di questo, è il seguente: "I lussi, nazionali o personali, vanno ripagati con il lavoro sottratto alle cose utili; e nessuna nazione ha il diritto di abbandonarsi ad essi finché tutti i suoi poveri non abbiano ricevuto case comode e nutrimento".



John Ruskin standing at Glenfinlas, Scotland, by John Everett Millais(1853-54)

William Morris

Fu una figura decisiva del secondo Ottocento inglese. Per *Morris* il lavoro è una questione inevitabilmente sia estetica che etica. L'arte dunque diventa una dimensione pervasiva del sociale, una constatazione che comporta una revisione delle arti applicate, ossia il luogo dove la qualità del lavoro incontra la qualità della vita. L'architettura è la stessa vita umana colta nella trasformazione del proprio ambiente, una concezione che coincide con la stessa nozione di civiltà. E qui si comprende un'altra importante definizione di Morris: “Questo io chiamo l'architettura: la realizzazione anche dei prodotti più comune d'uso quotidiano, come opere d'arte”



Come per *Marx*, anche per *Morris* la bellezza non trova che ostacoli nell'universo del capitalismo. *Morris* trova la soluzione che possa coniugare in una sola attività la sua doppia visione di socialismo estetico e di estetica socializzata. Il lavoro manifatturiero meccanico, triviale, pesante, deve diventare umano, serio, piacevole. All'industria risponde l'artigianato, il lavoro nel quale l'uomo riscopre una componente essenziale del suo fare: il piacere. Un'autentica bellezza condivisa si dà in primo luogo nel quotidiano, negli oggetti d'uso, nei manufatti che definiscono una cultura.



Opere dell'*Arts and Crafts*, sedia

L'oggetto comune è brutto, posticcio, l'oggetto di lusso è irrisolto, pretenzioso. Il brutto quindi è la testimonianza, per utilizzare una formula freudiana, di un disagio della civiltà. *Morris* riafferma con forza la necessità di dilatare la nozione di arte anche agli oggetti d'uso. Fu questa sostanzialmente l'idea che ispirò *l'Arts and Crafts Movement*.



William Morris Illustration from *The Wood Beyond the World*, 1894

Georg Simmel

La Germania guglielmina (dal 1888 al 1918) di *Simmel* era ormai attraversata dalla modernità e dai fenomeni a essa connessi: urbanizzazione, diffusione della domanda di beni di consumo e forti mutamenti delle classi sociali. La sua riflessione ha avuto il merito di immettere l'interrogazione sull'oggetto in un paesaggio più ampio, coniugando la domanda sull'estetico con una revisione dell'antropologia urbana, rendendo così la sua opera precorritrice di molte intuizioni future. *Simmel* è uno dei primi pensatori a collegare l'oggetto a una dimensione nella quale l'estetico non è ricavabile esclusivamente da dinamiche funzionali o percettive.



Georg Simmel (1858-1918)

Studio di filosofia con interessi eterogenei, tra cui anche la sociologia.

Secondo Simmel, la sociologia studia fenomeni storico-sociali dal punto di vista delle forme che assume il rapporto tra soggetti individuali e soggetti collettivi. Opere principali che interessano la sociologia della cultura:

1900 *Filosofia del denaro*

1908 *Sociologia*

Gli individui intrecciano sempre **relazioni sociali**, si trovano sempre coinvolti gli uni con gli altri, anche e soprattutto quando sono in **compresenza**.

L'individuo controbilancia questo stato permanente di interconnessione con gli altri attraverso un'aspirazione all'autosufficienza, al desiderio di controllare l'altro e quanto meno di ridurre la sua influenza nella relazione. Per questo motivo Simmel parla di **in-socievole socievolezza**.

Simmel distingue tra **contenuto** e **forma** delle relazioni sociali. Mentre discipline come il diritto, l'economia, la storia, studiano eventi e strutture sociali provando ad esaminarne, classificarne, interpretarne i **contenuti**, **la sociologia deve occuparsi delle forme che essi inevitabilmente assumono**.

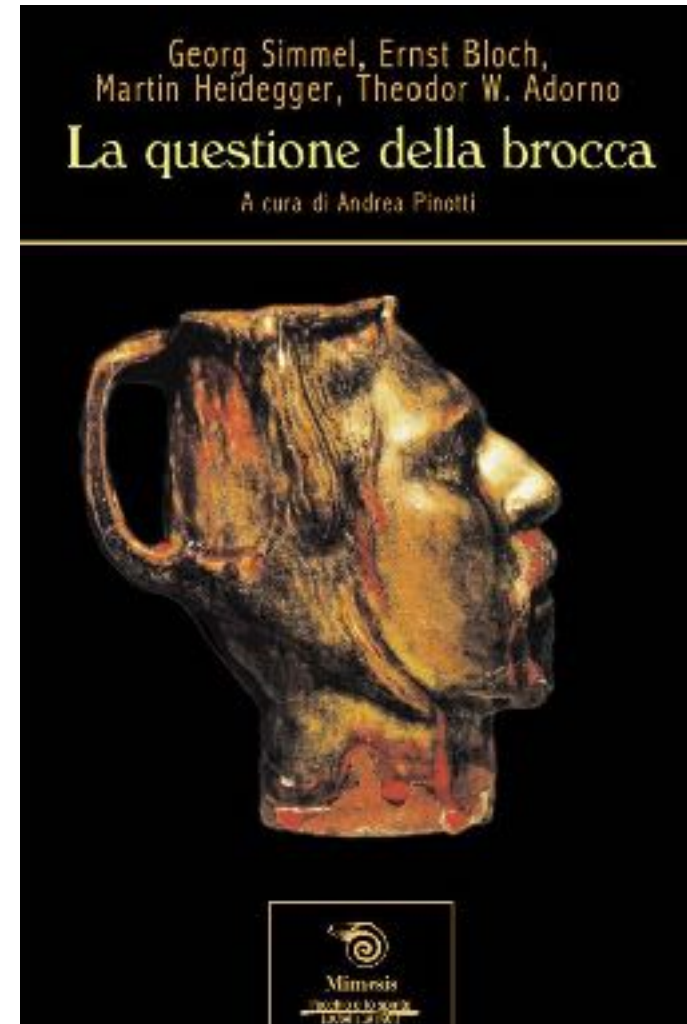
Simmel prospetta per la sociologia il compito di **identificare e classificare le varie forme che possono assumere i rapporti e i raggruppamenti sociali, indicando le proprietà costitutive e le tendenze di sviluppo di ciascuna forma**.

Ecco perché si parla a proposito di Simmel di una sociologia in cui trova spazio la geometria.

L'esteticità dell'oggetto industriale si dà in qualcosa che riposa unicamente nel soggetto, nell'avventore della fiera: il «divertimento». Divertendosi, l'uomo metropolitano riscatta momentaneamente la sua alienazione quotidiana. Lo spazio della fiera diventa una città nella città, lo spazio stesso della modernità in miniatura che rifiuta innanzitutto nella sua struttura architettonica lo stile della monumentalità proprio per assecondare tratti di transitorietà della produzione industriale. *Simmel* mostra anche come i rapporti fra utile (funzionale) e bello (estetico) cambino in seno al mercato e registra come l'appello dell'oggetto sia di fatto una strategia di marketing.

Simmel ritornò sulla natura dell'oggetto industriale con il saggio "Il problema dello stile" (1908) uno scritto da affiancare al più famoso "Ansa del vaso" (1911). Lo stile diveniva il principio con il quale identificare l'oggetto dell'arte applicata essendo un "principio di generalità". Ogni volta che l'oggetto dell'arte applicata confonde il mezzo con il fine sconfessa il suo carattere riproducibile e in sostanza nega la sua vera identità estetica.

L'oggetto è una compenetrazione di "realtà materiale" e "forma artistica". *Simmel* è alla ricerca di un nuovo principio estetico generativo che si emancipi dai vincoli, sempre parziali, della bellezza e dell'utilità.



. Fenomeno pervasivo e ineludibile della realtà industriale, la moda diventa la poetica stessa della metropoli e il codice della produzione seriale. Il circolo che la moda configura è la temporalità della quale la merce compie la sua parabola. esistenziale

Simmel e il dominio della moda

- la moda costituisce un codice sociale, visibile e di comune lettura: sancisce la nostra *collocazione* ed *appartenenza*.
- al tempo stesso la moda appaga il *bisogno di diversità*: l'abito ci rende membri di un gruppo e insieme afferma la nostra differenza dagli altri.

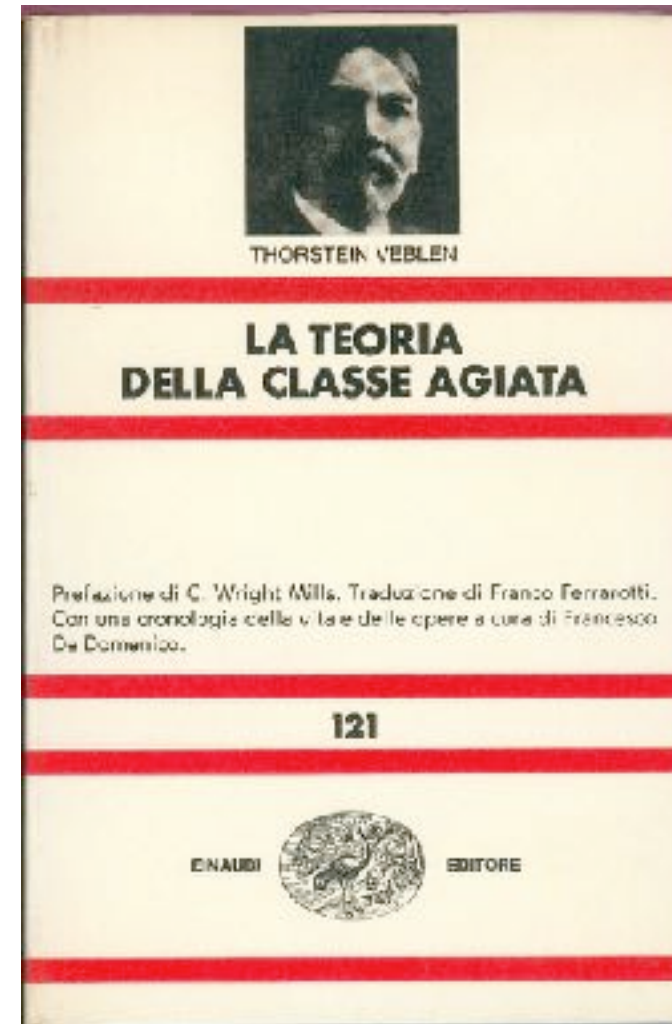


Georg Simmel (1858-1918)

Thorstein Veblen

La riflessione del sociologo americano è quasi un corollario a quanto argomentato dagli autori fin qui citati. Nella sua opera capitale "La teoria della classe agiata" (1899) possiamo infatti rinvenire un'illustrazione decisiva dei nessi ormai definitivi tra produzione industriale e genesi del gusto sociale. *Veblen* tematizza il vincolo, sempre più saldo, tra ricchezza finanziaria e gusto estetico, definendo l'oggetto come mezzo di esibizione di *status*.

La constatazione di fondo di *Veblen* è che la società borghese nella sua rincorsa alla rispettabilità e onorabilità sociale abbia trasposto queste categorie etiche anche alla propria idea di bellezza. E la bellezza, per la borghesia, si rende visibile in primo luogo negli oggetti; ne consegue che la bellezza di un oggetto non dipende da criteri estetici, ma da valutazioni economiche.



La secondarietà, se non l'assoluta marginalità, del calore d'uso è espressa da *Veblen* in un famoso esempio nel quale un cucchiaino d'argento è accostato a un cucchiaino prodotto industrialmente. “L'oggetto di lusso soddisfa il nostro gusto, il nostro senso estetico, mentre quello fatto a macchina con metallo vile, non ha nessun utile ufficio tranne una brutta utilità”. Ogni classe sociale attiva un suo consumo onorifico dell'estetico, una sua esibizione che non è condivisa da altri ceti. La bellezza finanziaria non riflette pertanto un gusto trasversale, ma trova senso solo all'interno di determinati gruppi sociali.

I Costi Sociali del Capitalismo

Lo spreco di risorse si svolge su due fronti :

1. La produzione:

Nella fase di produzione di massa si svolge un *divorzio fra proprietà e gestione dell'impresa*, che porta alla “consenziente soppressione dell'efficienza”

2. Il consumo:

La Teoria della Classe Agiata: il consumo è un mezzo per aumentare *il prestigio ed onore sociale* .

Nasce una cultura profonda del rifiuto del cheap and nasty, della diffidenza verso il prodotto a buon mercato che, seppur adatto allo scopo, viene spesso scartato perché assunto come brutto e volgare. Si tratta, agli occhi di *Veblen*, di una cultura talmente radicata che il consumo onorifico si dà anche nel privato, in circostanze che non prevedono lo «sciupio vistoso». Anche nella solitudine il consumatore identifica la qualità estetica dell'oggetto con il suo costo. È indubbia la preferenza di *Veblen* per il prodotto industriale a basso costo che ha al proprio centro il valore d'uso. Il lavoro a mano, più costoso e dispendioso, è per *Veblen* “un'esaltazione del difettoso” che sconfessa la maggior precisione e affidabilità del prodotto industriale

Thorstein Veblen

Tutta la società ha necessità di comunicare la propria ricchezza e il proprio prestigio



La classe agiata viene imitata dagli strati sociali inferiori.

Scendendo per la piramide sociale, diventa sempre più insostenibile ricorrere all'esibizione dell'ozio (agiatazza vistosa)

La ricchezza posseduta viene comunicata soltanto attraverso il consumo vistoso

Consumi e cultura d'impresa

Thorstein Veblen

Il passaggio da un modello di società feudale a un modello di tipo capitalistico ha reso sempre meno praticabile il modello dell'agiatazza vistosa spingendo gli individui ad un consumo di tipo ostentativo

Consumi e cultura d'impresa

Si delinea una contrapposizione tra la funzionalità del prodotto fatto a macchina e la ricercatezza di quello fatto a mano. L'estetica, abbandonati i confini della produzione artigianale e l'idea di un prodotto bello ma per pochi, incontra la nuova parola guida: *progetto*. Criteri come il lusso o dinamiche produttive come l'artigianato si rivelano anacronismi inaccettabili. L'estetica del design, diventa una questione non più ideologica, ma tecnica: teoria operativa.

3. CONSUMO E STILI DI VITA

- Il consumo è una specie di linguaggio con il quale si comunica con gli altri. Si comunica appartenenza e distinzione.
- Rapporto tra consumo e stile di vita: scelte di consumo e modalità di consumo.
- T. Veblen (1899): il "consumo vistoso" e la "classe agiata"
Superiorità attraverso l'esibizione di risorse costose, di consumi futili, di abbigliamento da tempo di non-lavoro, di agiatezza, ecc.

Hermann Muthesius.

Ne “*L’importanza delle arti applicate*” (1907), appurato il dato storico che “l’arte industriale moderna a insieme un’importanza artistica, culturale ed economica”, *Muthesius* individua nella necessità di rinvenire una formula estetica autonoma il passo ulteriore da compiere. Ciò significa rifiutare i modelli artistici del passato che rappresentano per l’arte applicata soltanto un rivestimento esteriore, un riferimento vuoto.

Questa istanza trovano soddisfazione nella cooperazione di tre principi formativi che delimitano la specificità produttiva delle arti applicate: l’oggetto è conformato allo scopo, alla natura del suo materiale e alla struttura corrispondente al materiale stesso.



Hermann Muthesius (1861 -1927) è stato un architetto tedesco

Architetto e progettista tedesco già attivo in Giappone, fu inviato nel 1896 a Londra come addetto culturale dell'ambasciata tedesca, con lo specifico compito di studiare l'architettura e il movimento delle arti applicate inglesi. Al suo ritorno in patria venne nominato Sovrintendente del comitato prussiano dell'industria per le scuole di arti e mestieri.

La fedeltà progettuale e operativa a questi tre principi rappresenta agli occhi di *Muthesius* una difesa dalle minacce che la dimensione affettiva non disciplinata può produrre. Allineandosi, come è stato notato da Maldonado, alle posizioni di *Veblen*, la critica allo stile del passato di *Muthesius* diveniva di fatto un attacco al ceto borghese che trovava nell'esibizione dell'oggetto di lusso la propria identità estetica e, conseguentemente, sociale. L'oggetto esibito, tradendo la sua essenza funzionale, si tramutava in una strategia di affermazione ideologica: il gusto come pratica politica in senso lato. Per *Muthesius* l'antidoto per questa epidemia di bassa estetizzazione fu quello di rinvenire nel funzionalismo estetico dell'oggetto industriale un "compito pedagogico" capace di trasformare l'arte applicata in "uno strumento di educazione culturale".



Muthesius, Edificio di trasmissioni telefoniche, Berlino 1920



Muthesius, Tuteur Haus,
Berlino, 1912-1913

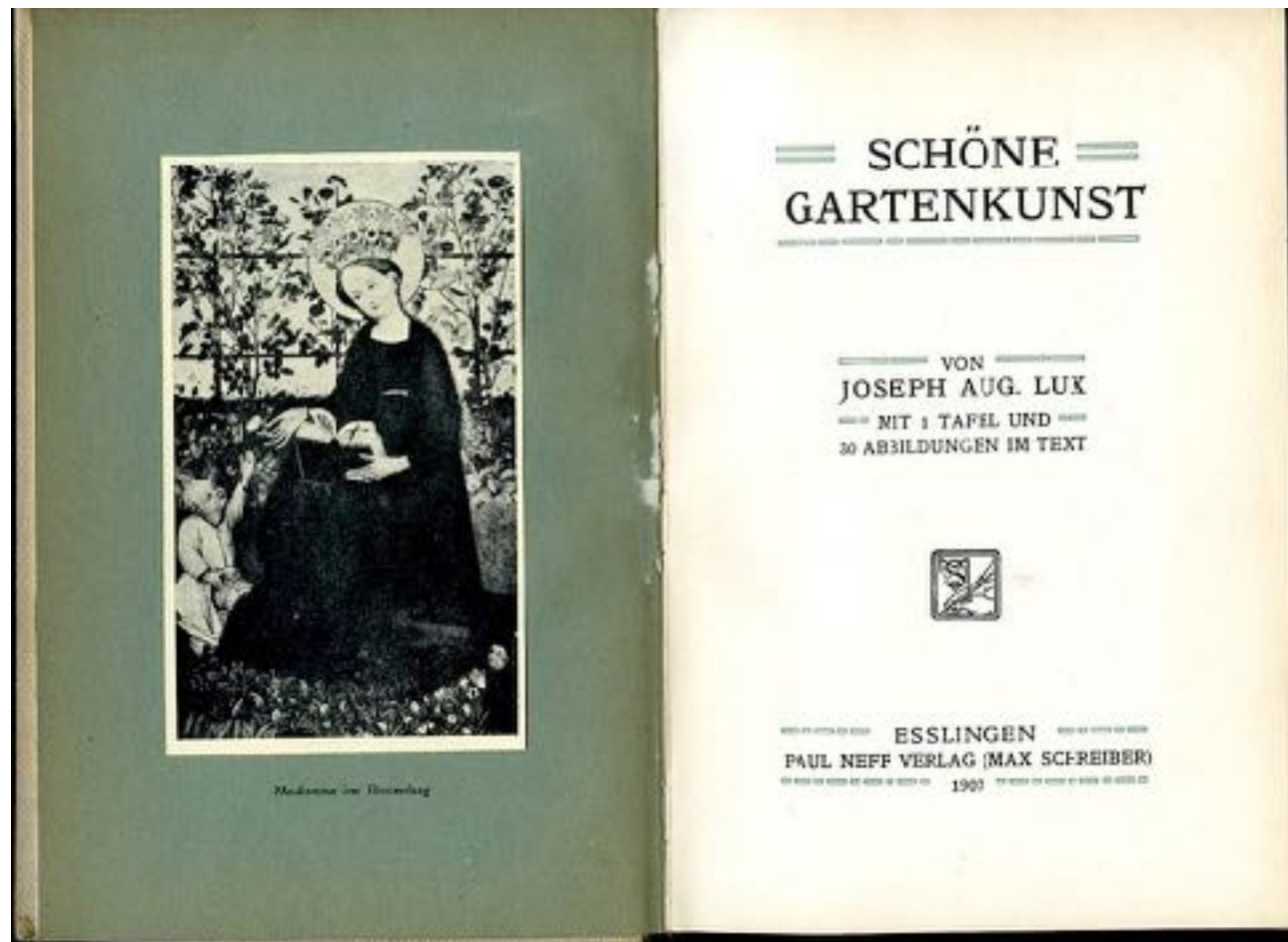
Joseph Angust Lux.

Un primo sostegno alle tesi di *Muthesius* è leggibile in “Estetica dell’ingegneria” (1910) di *Lux*. La tecnica si prospetta come l’orizzonte ontologico decisivo, se non esclusivo, della contemporaneità, un dominio che necessita anche di una sua riformulazione estetica: gli oggetti della tecnica devono trovare un loro stile. Con questa prospettiva Lux criticava, in linea con *Muthesius*, l’atteggiamento diffuso nell’Ottocento di elaborare un’estetica ornamentale sul modello degli stili del passato. “La forma artistica deve essere inventata ex novo sulla base di nuovi elementi. Questo è il problema che tutti siamo impegnati a risolvere.»



Joseph A. Lux (1871 - 1947) è stato uno scrittore e critico d'arte austriaco

Per *Lux* l'architetto del presente e ancor più del futuro era l'ingegnere. Questo comportava che la dimensione estetica del progetto coincideva in toto con la funzionalità tecnica dell'oggetto. Lo stile funzionale non è la sconfessione di un gusto elaborato antropologicamente, ma l'espressione autentica di esigenze profondamente umane. Sono pertanto le istanze pratiche della modernità a dettare lo sviluppo estetico e formale dei prodotti tecnico-industriali.



Peter Behrens

Se *Lux* rappresenta l'estremizzazione del funzionalismo estetico auspicato da *Muthesius*, *Behrens* ne documenta la problematicità, sviluppando un complesso programma di identità e differenza, collaborazione e autonomia reciproche, tra arte e tecnica, come reciterà il suo saggio fondamentale “Arte e tecnica» (1910). Figura cardine della storia del design, *Behrens* registra nella produzione industriale un'ideologia formale sostanzialmente immatura nella quale l'estetico è frutto o di gusti anacronistici o di strategie di risparmio economico.



Behrens, fabbrica di turbine, Berlino 1908-9

Ma *Behrens* segnala anche un altro malinteso, più sottile e pernicioso, proprio perché si accredita come nuova soluzione estetica: l'ingegnerizzazione dell'estetico.

Nell'argomentazione di *Behrens* vengono a smascherarsi i due grandi fraintendimenti estetici che hanno definito la produzione industriale fino a quel momento: se si vede nell'arte il nucleo centrale allora il prodotto tenderà a un'estetizzazione che ha nei modelli passati i suoi riferimenti formali, se lo si ravvede nella tecnica si delineerà appunto una deriva funzionalistica. Superare dialetticamente le unilateralità dell'architetto-artista e dell'ingegnere-tecnico è la finalità stessa della produzione industriale. Gli oggetti comuni diventano la verifica di questa esigenza simbiotica che ha come suo esito finale la configurazione estetica di ciò che *Behrens* chiama "ornamento geometrico".



Casa di *Behrens* a Darmstadt

Walter Gropius

È da questo sfondo, accennato a grandi linee, che emerge la problematica figura di *Gropius* con la fase più mitizzata dell'epopea del *Bauhaus* (1919-1928). Per il giovane Gropius si trattava di definire uno stile d'epoca, un accordo tra esigenze formali e nuovi contenuti pratico-tecnici. La soluzione non si discosta di molto dalle opzioni di *Muthesius* e *Behrens*: ancora una volta il funzionalismo sembra il farmaco capace di curare la malattia dell'anacronismo stilistico. Il moderno architetto è colui che cerca, trova ed elabora i contenuti della materia, del tempo e dello spazio attraverso "un'esperienza interiore" e ne definisce le forme tramite "un'exasperazione poetica". I moderni mezzi di trasporto, per esempio, esprimono questa capacità divenendo essi stessi simboli del movimento tecnologico



Walter Gropius, 1883, 1969

Le ondivaghe proposte di *Gropius* di questi anni trovano un'ulteriore tappa, o un punto di frattura come sostengono molti studiosi, nel “Programma del Bauhaus statale di Weimar” (1919). È un manifesto di intenti nel quale vengono a riunificarsi disordinatamente due tradizioni: le belle arti e le arti applicate. Alla “forma organica” risponde ora l'idea di “opera d'arte unitaria” nella quale cadono le barriere “tra l'arte monumentale e l'arte decorativa”. Emerge con nettezza il ruolo decisivo del laboratorio, dell'officina. Il Bauhaus nega l'arte come dimensione contemplativa e opta per un'arte del fare e ciò comporta che l'arte divenga una questione eminentemente tecnica.



. E un'arte tecnica opera inevitabilmente in modo sociale. In "La vitalità dell'idea di Bauhaus" (1922), *Gropius* riafferma il ruolo della produzione industriale come scenario ineludibile della modernità e sostiene la necessità di una modalità collettiva del fare (il *Bauhaus*) contro l'utopia della creazione singola. Cosa sia questo lavoro sintetico *Gropius* lo espone in quello che rimane probabilmente lo scritto più emblematico della sua esperienza al *Bauhaus* e che fornisce un'immagine definitiva di quella che si potrebbe definire l'estetica classi del *Bauhaus*: "Principi della produzione del *Bauhaus*" (1925). L'oggetto va indagato della sua natura affinché, in questa comprensione analitica, si possa approdare a una visione sintetica in cui funzionalità e forma convivono organicamente.



Bauhaus

Il bello, se non scaturisce dalla “cosa stessa”, dalla natura plurale dell’oggetto, approda a una sterile “ricerca di nuove forme ad ogni costo” o a “forme ornamentali puramente decorative”.

L’esperienza estetica dell’oggetto diventa null’altro che l’esperienza della sua funzionalità e condivisione sociale.

Standardizzazione è la parola chiave che ricorre in quel breve memorandum del modernismo che fu “*La Nuova Architettura e il Bauhaus*” (1935). Lo standard è per *Gropius* la modalità in cui l’estetico e il funzionale raggiungono una loro sintesi storica: la standardizzazione è sia traguardo sia premessa della civiltà. “Abbiamo imparato a cercare l’espressione concreta della vita della nostra epoca attraverso forme chiare, limpide ed essenziali”. Estetica della sottrazione e dell’essenziale, la standardizzazione di *Gropius* attiva modalità formali che giustificano la definizione di classicismo industriale



Gropius, House, Lincoln, 1938

Lo standard è il gusto medio che soddisfa bisogni medi. La chiarezza, la limpidezza e l'essenzialità, le tre caratteristiche formali poc'anzi evocate, fungono da matrici quasi platoniche: sono condizione preliminare ed esito finale di un processo che, partendo da questa idealità formale, deve tradursi in un'esecuzione tecnica. Non dissimilmente dalla *techne* greca, il designer sviluppa la sua libertà espressiva all'interno di vincoli tecnici che può, certamente modulare e rendere elastici, ma non trasgredire arbitrariamente. La bellezza nasce quindi da un consapevole lavoro sulla materia e sui mezzi, una costante applicazione che dà vita, sì, a nuove morfologie, ma non a bizzarrie insensate



Gropius, Graduate Center di Harvard, 1949-1950

Il design ha ricondotto, nuovamente,
“l’artista designer, prima isolato,
nell’ambito della società” poiché ogni
progetto non può essere che riconducibile
alla vita, a una vita che è sempre
sociale. Come standardizzazione non
significa disinteresse verso le autentiche
finalità dell’umano.



Henry van de Velde

Provenendo dalla pittura, *van de Velde* manifestò nei suoi numerosi scritti una particolare attenzione per la componente artistica della progettazione e si sforzò di azzerare la gerarchia tradizionale fra arte bella e arte applicata cercando di indicarne una matrice comune. Il disegno culturale di *van de Velde* non fu quello di rinvenire, come lo fu per la tradizione che faceva capo a *Muthesius*, nel funzionalismo il faro capace di illuminare la nuova fase della produzione moderna, ma di delineare una sorta di riforma estetica dell'ornamento inserendolo in una visione che fosse organica e non subalterna alla funzione.



Van de Velde, 1863, 1957

L'ornamento per van de Velde, tuttavia, non è il segno di una regressione storico-formale, è la possibilità di integrare proprio quelle direzioni incomunicabili della forma e della funzione: l'ornamento è sempre all'interno della dimensione industriale. È nel suo scritto programmatico "*Ciò che voglio*" (1901), che il progettista belga espone la necessità di superare la concezione dell'ornamento come elemento esterno e di pensarlo invece come dimensione costitutiva dell'oggetto stesso. L'ornamento è quindi immanenza dell'oggetto e non accenno a qualcos'altro rispetto all'oggetto. “

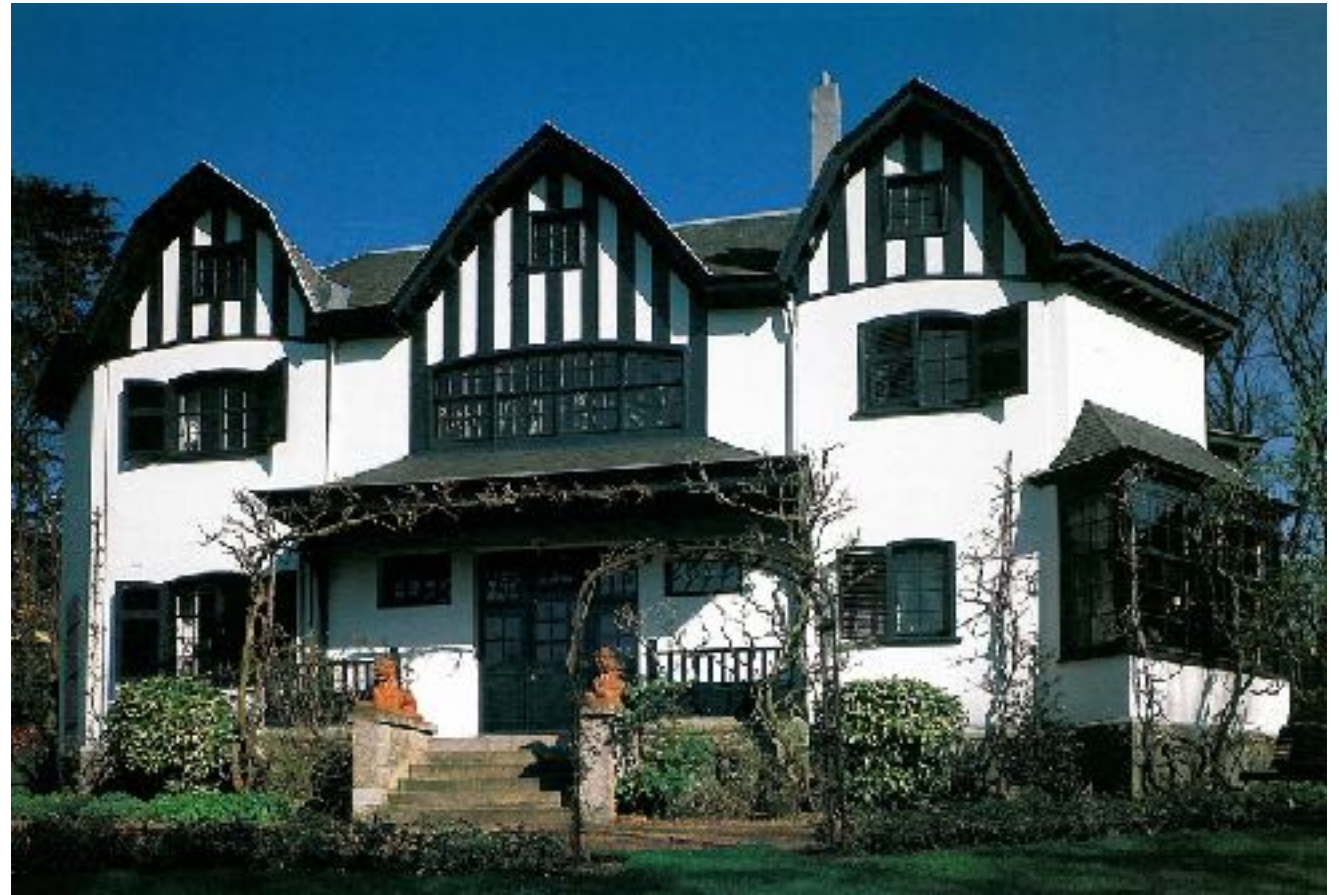


Van de Velde, sedia



*Van de Velde, Scrivania,
1898*

La bellezza è il risultato di un processo che si sviluppa “secondo la logica, secondo la ragione, secondo i principi dell’essenza razionale delle cose, e secondo le leggi naturali, precise e necessarie, del materiale impiegato”. Il nuovo stile riattiva quindi un processo di purificazione della forma e delle forme che aveva segnato l’estetica greca, nella quale “ogni elemento e ogni materiale” lavorava “alla propria smaterializzazione”. Come per *van de Velde* l’ornamento è l’essenza dell’arte, così la linea lo è dell’ornamento. Tutta la storia ornamentale si è sviluppata intorno al conflitto di due tipologie di linea: la linea-sentimento e la linea-messaggio. La linea-sentimento, quella dionisiaca, esprime l’indeterminatezza di uno scopo, è la libera affermazione della natura della rappresentazione. Al contrario, la linea-messaggio afferma i caratteri vincolanti della rappresentazione.



van de Velde, Casa *Bloemenwerf*,
Uccle (Belgio) : l'esterno

Ernst Bloch

Intrisa dall'atmosfera culturale dell'espressionismo, l'analisi del filosofo tedesco, contenuta in "Spirito dell'utopia" (1918) documenta uno scenario diverso, meno direttamente collegato alla definizione di un'estetica applicata e più interessato a una riproblematizzazione dell'estetico. Bloch non esprime alcuna tendenza *luddistica*, non indica nell'estetica produttiva delle macchine nessuna decadenza o deriva spirituale. Conscio dell'impossibilità di un ritorno della cultura dell'artigianato, Bloch segnala le nuove criticità auspicando una tecnica non economicamente alienata nel profitto e non esteticamente circoscritta a un criterio funzionalistico fine a se stesso. La "macchina" nella sua epocale ascesa attesta la simultanea "decadenza" e "speranza" dello spirito.



Il problema estetico diventa per Bloch quello di rinvenire le reali, o meglio, le autentiche forme di esistenza dell'ornamento nella modernità. La scissione tra la sfera pratica, conchiusa nell'atto materiale, e la sfera estetica, protesa verso la dimensione del simbolico, necessita di un processo di compensazione che deve ricomprendere in un'ulteriorità terza questa incomunicabilità

Il movimento espressionista (1905-1925)

- 1905 *Die Brücke* ; prima di *Salome*
- 1911 *Harmonielehre* di Schönberg
- 1912 *Der Blaue Reiter*
- 1918 e 1923 Ernst Bloch, *Spirito dell'utopia*
- 1921-23, Schönberg, *Suite* op. 25
- 1925 prima di *Wozzeck* a Berlino, mostra della *Neue Sachlichkeit* a Mannheim

Adolf Loos

La condanna dell'ornamento condotta dall'architetto austriaco non fu soltanto un'opzione estetica, una severa scelta del gusto modernista, fu un disegno di riscrittura antropologica della civiltà industriale nella quale il problema estetico si mutò in questione etica. *Loos* assume quale suo corollario formale che un oggetto non pratico, non funzionale è anche non bello. Si adombra in *nuce* la convinzione che la bruttezza è soprattutto dettata dal superfluo, da un apparato decorativo che ostacola la praticità tecnica.



Adolf Loos, 1870, 1933

Ha inizio così lunga lotta di *Loos* contro l'ornamento: "Più un popolo è primitivo, più è prodigo di ornamenti, di decorazioni. Cercare la bellezza nella sola forma e non farla dipendere dall'ornamento: questa è la meta a cui tende tutta l'umanità". Bandire l'imitazione significa impegnarsi nella ricerca di un nuovo linguaggio formale e il primo passo di questa ricerca è la depurazione decorativa. *Loos* individua nell'ornamento l'affermazione di un'estetica kitsch, articolata in soluzioni mimetiche di bassa complessità estetica. L'oggetto d'uso moderno è simbolo del proprio tempo e ciò significa che è anche espressione della nuova cultura industriale. Non soltanto "L'evoluzione della civiltà è sinonimo dell'eliminazione dell'ornamento dall'oggetto d'uso", ma rende organica questa cancellazione alle forme produttive dell'industria-



Loos, villa
Müller,
Praga



Loos, villa Moller, Vienna

È il tema di fondo del suo saggio più famoso, "Ornamento e delitto" (1908). Estetica del kitsch ed etica del dispendio, l'ornamento è il morbo della modernità. L'arte per *Loos* appartiene all'eterno, soddisfa esigenze non pratiche, mentre l'oggetto d'uso è effimero, destinato alla sfera materiale, il consumo di un'opera d'arte è spirituale, mentre il consumo dell'oggetto è materiale e conduce al suo logorio e alla sua distruzione.



Loos, villa Karma a Montreux, 1903

Le Corbusier

In “*Arte decorativa e design*” (1925), Le Corbusier illustra un programma ambizioso che reinterpreta la posizione di Loos, estremizzandone le soluzioni e mutando inevitabilmente le finalità estetiche e antropologiche del gesto architettonico che configura il moderno. Primo bersaglio è il culto dell’oggetto da museo, nel quale l’oggetto è bello per definizione: si tratta di un processo di cristallizzazione stilistica, una piena manifestazione di decontestualizzazione che conduce a un’elaborazione del gusto kitsch, un’estetica dell’*Ersatz*, del surrogato che ha come suoi modelli ciò che è museificato.



Le Corbusier, Villa Savoye, 1931

Questo, secondo *Le Corbusier*, è ciò che sta alla base di un triplice atteggiamento, nefasto se non malato, nei confronti della decorazione: quello dell'industria, del folklore e dell'arte. . Suo auspicio è quello di un ritorno al lavoro a mano, all'oggetto artigianale, a una dimensione naturalistica del sentimento dell'oggetto. Questa triplice degenerazione illustra una conflittualità decisiva per la modernità: l'arte decorativa di oppone al nuovo funzionalismo meccanico. La visione di *Le Corbusier*, più ergonomica che meramente strumentale, indice che il *design*, "*l'arte decorativa senza decorazione*" nella suggestiva formula dell'architetto svizzero-francese, non è tanto un falso problema di definizioni o gerarchie estetico-artistiche, quanto piuttosto un campo in cui operano modelli oggettivi sovraindividuali.



Chaise longue Le Corbusier - Nera

. Le *Corbusier* esprime quella che è la sua definizione della nuova bellezza promossa dalla sostituzione dell'oggetto affettivo, la decorazione, da parte di quello funzionale, il design.



**Divano LC2 Petit Modèle in
Pelle (3 Posti)**

Walter Benjamin

Il problema della merce come *feticcio*, la tecnica come manifestazione estetica della contemporaneità e le diverse percezioni che tali questioni vengono a creare nella società e nell'individuo trovano in *Benjamin* una sintesi decisiva per il pensiero novecentesco. La dimensione che fa da cornice a questa grande esplorazione critica è il feticismo, rappresentato, a sua volta, in quella tangibilità storica che è la modernità, dalla merce. La merce è quindi divenuta l'epicentro delle ritualità estetiche del moderno (la moda, la pubblicità), ne è la rappresentazione estetica definitiva.



In «*Parigi. Capitale del XIX secolo*», Benjamin, nell'ottica della nostra disanima, coglie il nesso tra merce e feticcio: la moda espone questa relazione e ne configura una dimensione inedita. È nella città, in quei loghi particolari che sono i *passages*, che si attiva quotidianamente la relazione tra merce e desiderio, ma anche si manifesta la sensazione del singolo consumatore di far parte della massa. Il grande magazzino non configura soltanto l'esibizione del prodotto, com'era in *Simmel* l'esposizione industriale, ma definisce anche l'antropologia che lo attraversa. Benjamin individua che il consumo non è mai caotico, ma sempre sistematico



W. Benjamin, 1892, 1940

Scorge l'emergere predominante della componente meccanica nell'elaborazione delle forme estetiche del moderno, una componente che ridefinisce la stessa nozione di arte. *Benjamin* sembra accostarsi all'estetica minimale promossa da *Loos*, *Le Corbusier* e per certi versi anche dal *Bauhaus*, legando lo stile industriale al principio guida delle arti visive tecnologiche, il montaggio: la tecnica come modalità costruttiva che apparenta il principio modernista del "minimo" a quello del montaggio nel segno di un superamento di uno dei feticci più duri a morire dell'intelligenza europea: la creatività.



Walter Benjamin
(1892-1940)

"La storia dell'arte è una storia di profezie".

"Il compito più importante della storia dell'arte è quello di decifrare le profezie (...) contenute nelle grandi opere del passato".
Anche se "nessuna di esse, in realtà, ha mai determinato pienamente il futuro, nemmeno quello imminente".

L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, (appendici 1939)

Benjamin scorge una nota caratterizzante della modernità, la possibile non confluenza di arte e tecnica e la conseguente necessità non di formulare un'ulteriore appendice alla tesi hegeliana sulla morte dell'arte, ma di sviluppare "una diagnosi sulla trasformazione funzionale che subisce ciò che siamo soliti identificare come arte nell'epoca in cui si afferma il principio della riproducibilità tecnica o meccanizzata.

FOTOGRAFIA FILOSOFIA ARTE:

"Non colui che ignora l'alfabeto, bensì colui che ignora la fotografia, sarà l'analfabeta del futuro".

(Walter Benjamin, "Piccola storia della fotografia" in L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, Einaudi, 2000, pag. 77)

"L'invenzione della fotografia è un evento storico Tanto decisivo quanto l'invenzione della scrittura. Con la scrittura ha inizio la storia in senso stretto, precisamente come lotta contro l'idolatria. Con la fotografia ha inizio la "poststoria", e precisamente come lotta contro la testolatria".

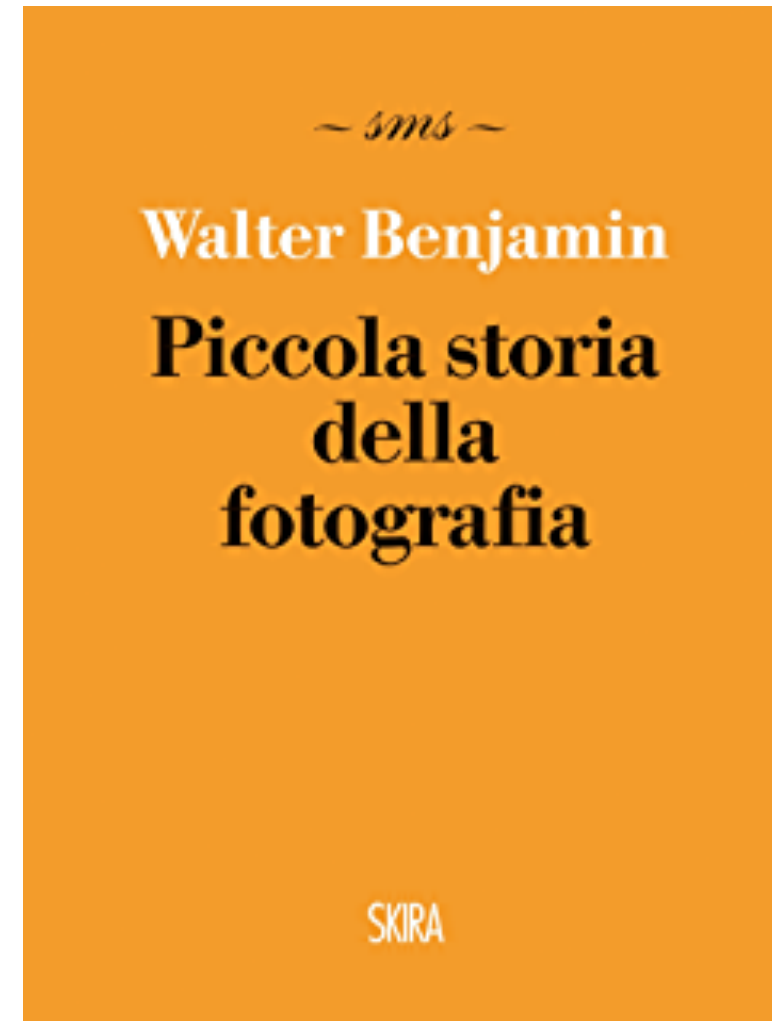
(Vilém Flusser, "Per una filosofia della fotografia", B. Mondadori, Milano, 2006, pag. 16)

La tecnologia dei media Walter Benjamin

” *L’Art Nouveau* rappresenta per Benjamin il secondo tentativo che l’arte elabora nel suo *confronto con la tecnica*: in questo senso *l’Art Nouveau* è non solo stile ma anche ideologia. Dopo il realismo, *l’Art Nouveau* sceglie il motivo floreale come esibizione del dominio borghese sulla natura da una parte, e occulta la tecnica nell’ornamento dall’altra. È ormai avvenuta la sovrapposizione tra arte (in quanto opera) e oggetto (in quanto merce). Se il feticcio è la forma che ne attesta il rapporto di inscindibilità, la tecnica è l’espressione produttiva che ne detta lo sviluppo non solo nel consumo, ma anche nelle modalità di esperienza estetica in senso lato.

- Dunque la riproducibilità tecnica offre possibilità di esperienza, racchiude un potenziale di democrazia e libertà, ma segna anche la fine della possibilità di esperienza radicata nella tradizione. Inoltre, interviene normativamente sul processo di fruizione. In un film “l’interpretazione di ogni singola immagine è prescritta dalla successione di tutte quelle già trascorse”. Le immagini “esigono già la ricezione in un senso determinato” e “questo ne costituisce il nascosto carattere politico”.

È l'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. La caduta dell'“*aura*”, dell'unicità e dell'autenticità dell'opera (tradizionale), causata dalla riproducibilità tecnologica, è lo stesso mutamento della percezione dell'estetico: è di fatto la nuova coscienza della serialità della produzione estetica che si dà quasi esclusivamente nel tecnologico.



Benjamin è riuscito a comporre in una nuova visione le scissioni nelle quali un'intera cultura si stava attardando. Superato il culto dell'originalità, appunto tramite la riproducibilità tecnica, e conseguentemente l'ormai sterile dicotomia tra originale e riproduzione, anche l'oggetto si fa promotore di una "politicizzazione dell'arte" che dovrebbe liquidare nell'archeologia i pericoli di un'estetizzazione incontrollata che si fa anche politica.

Walter Benjamin

La riproducibilità tecnica



Nella seconda metà dell'800 ha inizio quella che nell'omonimo saggio Walter Benjamin definisce l'epoca della riproducibilità tecnica dell'opera d'arte.

Con l'avvento della fotografia e ancor di più con quello del cinema è ormai possibile l'indefinita riproduzione tecnica delle immagini, nonché del suono.

Tuttavia, sottolinea Benjamin, anche nel caso di una riproduzione altamente perfezionata manca un elemento: l' "*hic et nunc*" dell'opera d'arte, che ne costituisce l'unica spazio-temporale magica e irripetibile che si fonde con la creazione artistica e la contraddistingue.

Nell'epoca della sua riproducibilità quello che l'opera d'arte perde è l' "aura": con tale formula lo scrittore berlinese intende l'arte come diretta emanazione di un lontano rituale della Bellezza radicato nella tradizione.

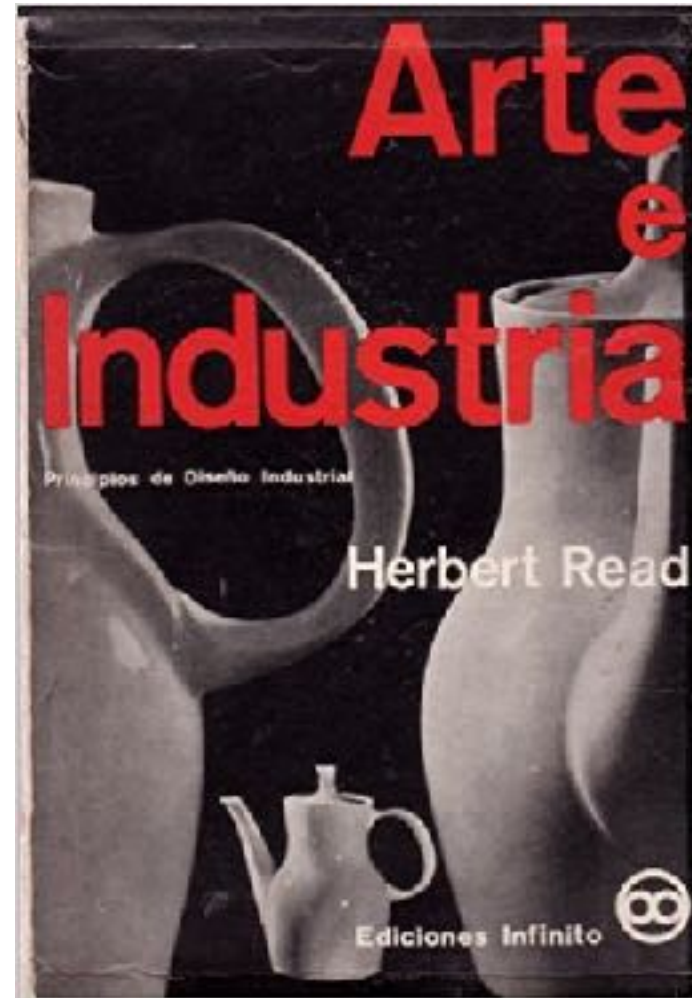
Herbert Read

Il contributo di *Read* fu la prima sintesi a tutto tondo del problema design: l'analisi storica si univa all'interpretazione critica, l'attenzione ai materiali e ai problemi pratici si rendeva completamente alle proposte più strettamente estetologiche e il legame tra arte e industria veniva inserito in un quadro più generale di rinnovata educazione estetica della civiltà industriale. Più volte ristampato fino al 1970, "*Arte e industria*" (1934) divenne un riferimento critico per il mondo anglofono. *Read* ravvisa la questione di fondo del disegno industriale nel superamento dell'interpretazione "manieristica" e "stilistica" dell'estetica ornamentale rinascimentale, una tradizione che aveva segnato, negativamente, i primi cento anni dell'evoluzione storico-estetica del design.

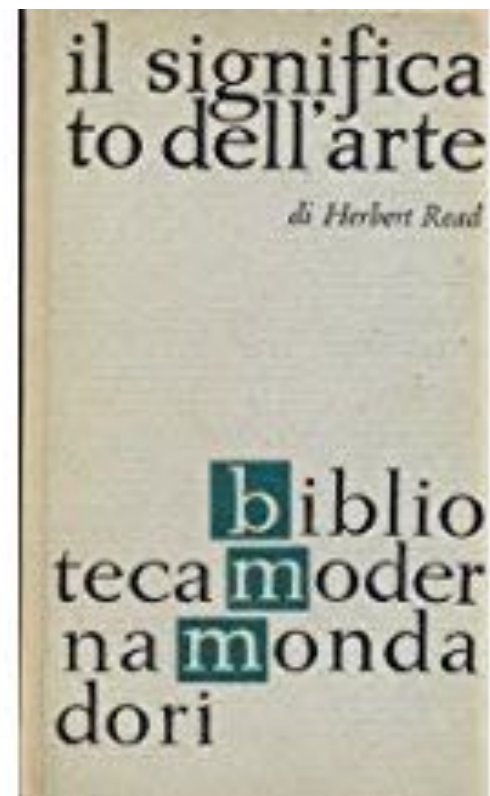


Herbert Read

Per *Read* le teorie che affermano l'identità di funzione ed esteticità sono fuorvianti, falsificano il dato estetico che invece è essenzialmente formale. Per *Read* si tratta di verificare la possibilità che questa componente formale che determina l'opera d'arte sia trasmissibile anche a oggetti prodotti meccanicamente. *Read* introduce una nuova declinazione bipartita: “arte umanistica” e “arte astratta”. La prima, che si identifica essenzialmente con la scultura e la pittura, è una dimensione che si radica nella storicità del gesto artistico, che si lega alla tradizione e che si è espressa soprattutto nel mondo greco-romano e nel Rinascimento. La seconda, che coincide con l'architettura e soprattutto con il disegno industriale, tende al contrario a elaborare problemi puramente formali.



Read cerca di definire un evolucionismo estetico capace di vincolare l'affermazione del canone formale e compositivo della sezione aurea con l'osservazione delle proporzioni costanti della natura. Questa morfologia è alla base dell'elemento intuitivo o psico-percettivo che ha sì che alcune forme si siano imposte sulle altre e che abbiano dato vita ad oggetti in qualche modo archetipici, come il vaso greco o quello cinese. Ciò che *Read* si sforza di individuare è la specificità della bellezza dell'arte industriale, una specificità che non può mai prescindere dalle sue finalità pratiche. In qualche modo anche *Read* contrappone a una bellezza pura e disinteressata dell'arte, una bellezza dell'oggetto d'uso composita e determinata dalla funzione. In questa prospettiva è del tutto comprensibile il sospetto che *Read* nutre per l'ornamento.



Lewis Mumford

Il disegno industriale rientra in modo problematico nella fase tarda della cultura della “macchina”, ossia del sapere tecnologico. Singolarmente anche *Mumford*, intellettuale a tutto campo del Novecento americano, inizia la sua esplorazione critica dello sviluppo tecnico con “Tecnica e cultura” (1934). *Mumford* suddivide l’evoluzione dei processi storico-tecnologici in tre grandi fasi.

A un periodo eotecnico (l’antichità e il Medioevo), segnato più da una preparazione al sapere tecnologico che da una vera e propria operatività tecnica, segue la fase paleotecnica della modernità caratterizzata dalla rivoluzione scientifica e dalla rivoluzione industriale.



L. Mumford, 1895, 1990

Questo periodo arriva fino all'industrializzazione ottocentesca, al termine della quale si apre la terza fase, quella neotecnica della contemporaneità. *Mumford* rinviene che il passaggio dalla produzione artigianale a quella industriale è leggibile come il mutamento estetico dall'oggetto unico a quello in serie. La nuova estetica della serialità e della velocità permea tutta l'atmosfera artistica del primo Novecento, tanto che agli occhi di *Mumford* l'esperienza estetica della macchina coincide con i paradigmi dei più rilevanti indirizzi artistici del secolo, con le avanguardie in prima linea. Per *Mumford* l'estetico subentra quale opzione formale nel momento in cui si registra un'eguaglianza di soluzioni tecniche, un'impostazione simile a quella già incontrata in *Read*.



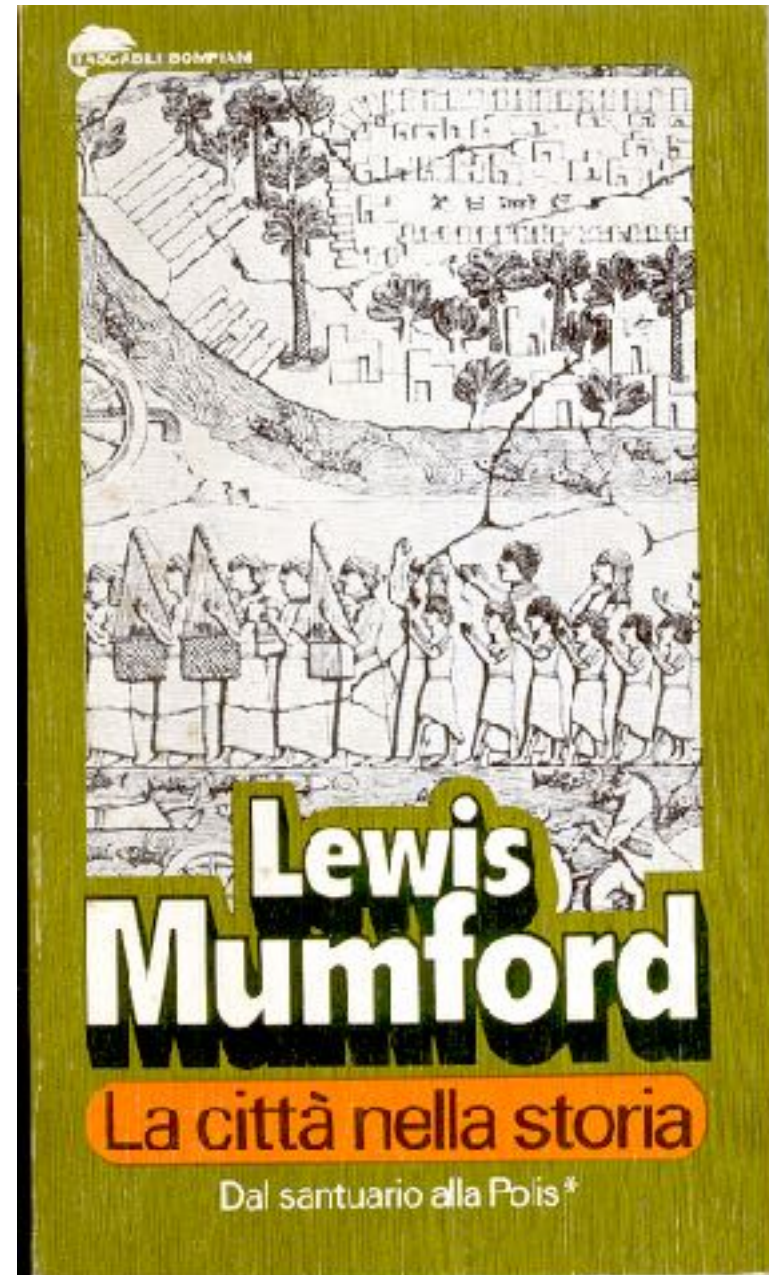
La macchina purifica l'oggetto dal suo "buon gusto", pone termine ad un'estetica di esibizione di status e di inutili divagazioni estetico-sentimentali borghesi. In "Arte e tecnica" (1952), emerge l'esigenza di una reale integrazione tra simbolico e strumentale, o con termini più moderni, tra estetico e funzionale. Il disegno industriale, nell'ottica di *Mumford*, esprime questa tendenza in una visione che, tecnicamente, elaborava la forma mediante una progettazione di matrice funzionale.

The city is a fact in nature,
like a cave, a run of
mackerel or an ant-heap.
But it is also a conscious
work of art, and it holds
within its communal
framework many simpler
and more personal forms of
art. Mind takes form in the
city; and in turn, urban
forms condition mind.

Lewis Mumford

[QuotePixel.com](https://www.quotePixel.com)

L'arte industriale è quindi per *Mumford*, in linea con tutti i grandi protagonisti del *design* moderno, la compiuta espressione di un'estetica dell'essenziale, un'impostazione platonica che si realizza compiutamente nell'idea di oggetto tipo, la cui modificazione non è dettata né dal gusto né dal mercato, ma esclusivamente dal progresso tecnologico. Il ragionamento di *Mumford* si conclude con la promozione di un'atipica parsimonia dell'innovazione tecnologica coincidente con l'adesione a un'estetica industriale che di fatto è un'etica dell'anticonsumismo.



Tomàs Maldonado

La cultura del progetto, l'idea permanente di critica e di trasversalità interdisciplinare trova nel percorso intellettuale di *Maldonado* una sua verifica tangibile: è la configurazione sempre più lucida del design come problema che non investe soltanto l'oggetto in sé, ma l'ambiente umano nella sua globalità. Proveniente dall'esperienza dell'avanguardia argentina, *Maldonado* pubblica "Disegno industriale e società" (1949).

Sebbene il design appartenga allo sviluppo globale dell'arte contemporanea, non è una sua manifestazione subordinata, non è una dimensione "*infraartistica*", poiché non esiste alcuna gerarchia nella creazione delle forme.



T. Maldonado, 1922)

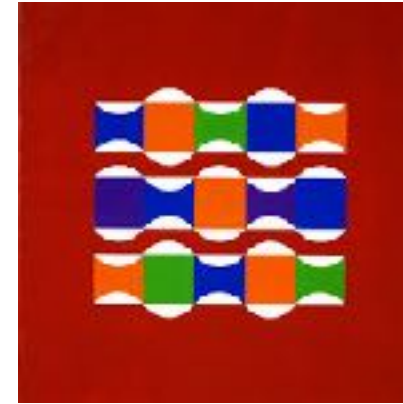
. L'obiettivo polemico è il “*feticismo dell'artistico*” di matrice borghese. All'etica individualista dell'artistico deve rispondere un'arte capace di penetrare in tutti gli ambiti del quotidiano, ossia “inventare forme che possano essere intensamente fruite da tutti gli uomini” poiché il compito dell'artista futuro sarà quello di avvicinarsi “all'universo della produzione di oggetti in serie, degli oggetti d'uso quotidiano e popolare che costituiscono in ultima istanza, la realtà più immediata dell'uomo moderno”. In una sintetica ricostruzione *Maldonado* assegna al *Bauhaus* il ruolo decisivo nella costituzione di una vera e propria estetica del design che si emancipa dalle forme ancora ibride dell'*Arts and Crafts* e da quelle più direttamente collegate alle avanguardie.



Tomas Maldonado, 1953

La pluralità implicita nel prodotto di design ammette una coesistenza di più fattori nel quale nessuno è predominante: quello produttivo, costruttivo, economico e simbolico e anche l'artistico. Pertanto "il disegno industriale non è un'arte e il disegnatore industriale non è un artista". Viene rigettata sia l'idea che un oggetto d'uso, seppur esteticamente riuscito, possa svolgere lo stesso ruolo culturale di un'opera d'arte, sia la tesi che le opere d'arte debbano risolversi negli oggetti tecnici destinati all'uso. Dal 1965 in poi *Maldonado* traccia una nuova linea: è il passaggio dall'oggetto all'ambiente umano, il design come *Umweltgestaltung*, progettazione ambientale. È il percorso che conduce *Maldonado* all'importante saggio "La speranza progettuale" (1970), il primo testo pubblicato dopo il trasferimento in Italia.





Solo una coscienza progettuale che si scopre coscienza critica è capace di evitare il doppio rischio di un'azione progettuale senza innovazione e di un'azione innovativa senza progettazione. Il design allarga così i suoi confini di interrogazione e azione, o forse scopre la sua vera natura: l'estetico dell'oggetto, al vaglio critico della progettazione, si muta nel qualitativo dell'ambiente.

T. Maldonado, Dipinti



Benedetto Croce

L'estetica italiana dovette aspettare gli anni Cinquanta per sviluppare una propria riflessione sul disegno industriale. Tra i molti fattori che determinarono questo ritardo, sul piano strettamente estetologico fu decisiva l'influenza di *Benedetto Croce* e della cultura neoidealista. Il design compendia una serie di temi che rientravano in un'interpretazione dell'arte che l'estetica crociana aveva drasticamente escluso: come è stato notato, in primo luogo "la questione profonda dell'arte, della quale Croce ha sempre, anche se con accentuazioni diverse, ribadito il carattere conoscitivo e non pratico". In secondo luogo Croce, avendo scartato "il carattere pratico dell'arte, ha coerentemente declassato a fatto empirico e accessorio la tecnica artistica, e quindi anche la diversità delle arti e dei generi" (*l'estetica italiana del Novecento*, 1997 P. D'Angelo)



Benedetto Croce, 1866,
1952

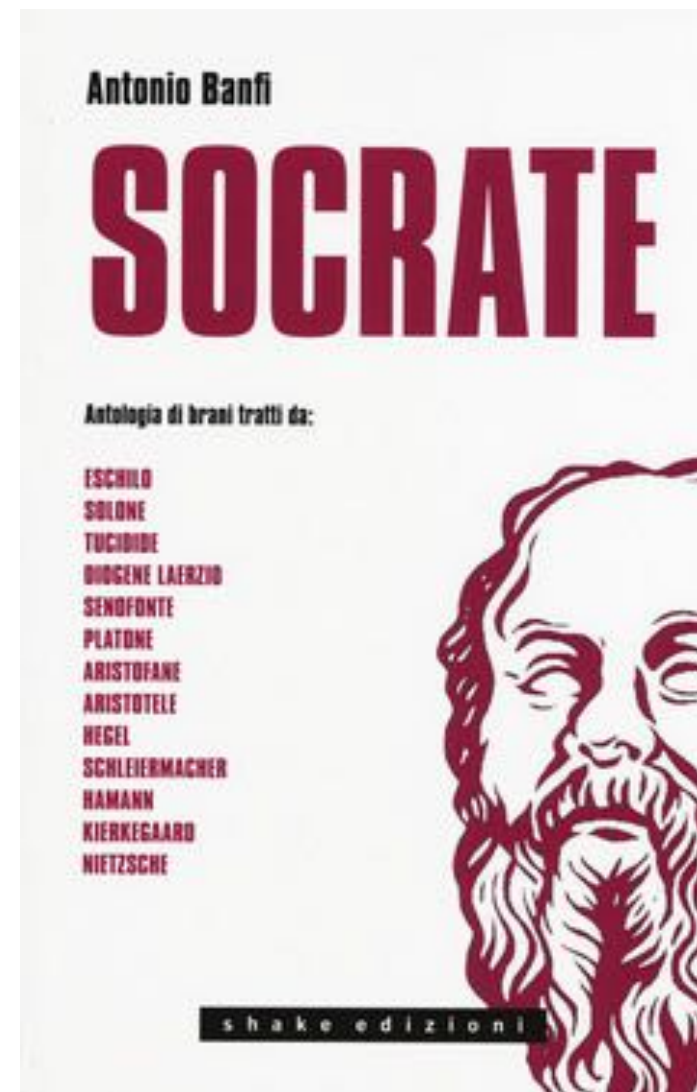
Antonio Banfi

Fautore di un “razionalismo critico”, problematicamente alieno alle atmosfere dominanti della cultura italiana storicistica e neoidealista, proiettato verso suggestioni europee, *Banfi* aveva elaborato un'estetica che, fenomenologicamente, era aperta e attenta alle dinamiche operative e concrete dell'estetico, e che ruotava intorno a due principi costitutivi: l'esteticità e l'artisticità. Ne “L'arte funzionale” (1955), pubblicato postumo nel 1960, per “arte funzionale” si intende “l'innumerevole ricchezza di quelle opere d'arte minore o applicata o ornamentale che costituiscono la sfera complessa dell'artisticità in cui si rispecchia, si attua e si consacra la nostra vita.



Antonio Banfi, 1866, 1957

”In “*Arte e socialità*” (1956) il passaggio dall’arte decorativa (l’artigianato) all’arte funzionale (il design) non è altro che la manifestazione dell’emergere della cultura di massa e delle esigenze conformi a questo nuovo soggetto sociale: nuove forme di comunicazione, nuovi ambienti e nuovi strumenti.



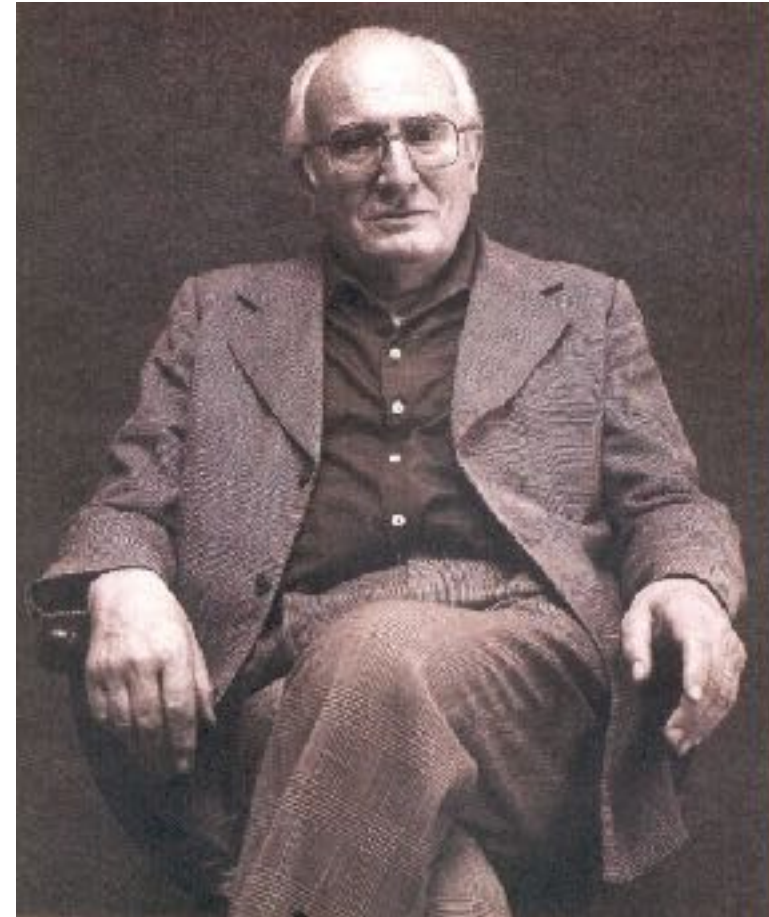
Dino Formaggio

A recuperare la polarità estetica-artistica di Banfi è un suo allievo, *Formaggio*, che la indirizza verso una ricognizione complessiva del problema tecnico delle arti. In “*Fenomenologia della tecnica artistica*” (1953), la dialettica tra estetica e artistica è radicalizzata in una contrapposizione che vede l’estetica identificata con un atteggiamento contemplativo che ha la bellezza al suo centro, mentre l’artistica si realizza in una prassi tecnica che ha la progettazione come proprio orientamento operativo.



Teolo (Padova), la sede del Museo di Arte contemporanea *Dino Formaggio*

In un'originale interpretazione della morte dell'arte di *Hegel*, *Formaggio* individua nella tesi hegeliana l'esito conclusivo dell'esteticità: a morire è quindi una concezione legata all'esteticità dell'arte, mentre a sopravvivere è l'arte legata a una più decisiva sfera tecnico-progettuale. Formaggio introduce una lunga trattazione sul design, che egli traduce con la formula "progettazione industriale". Già questa preferenza terminologica evidenzia come per Formaggio nel disegno industriale il problema centrale sia il progetto o meglio la progettazione. La riflessione di *Formaggio* si aggiorna con "*Arte*" (1973), il testo che si apre con il famoso incipit "L'arte è tutto ciò che gli uomini chiamano arte".



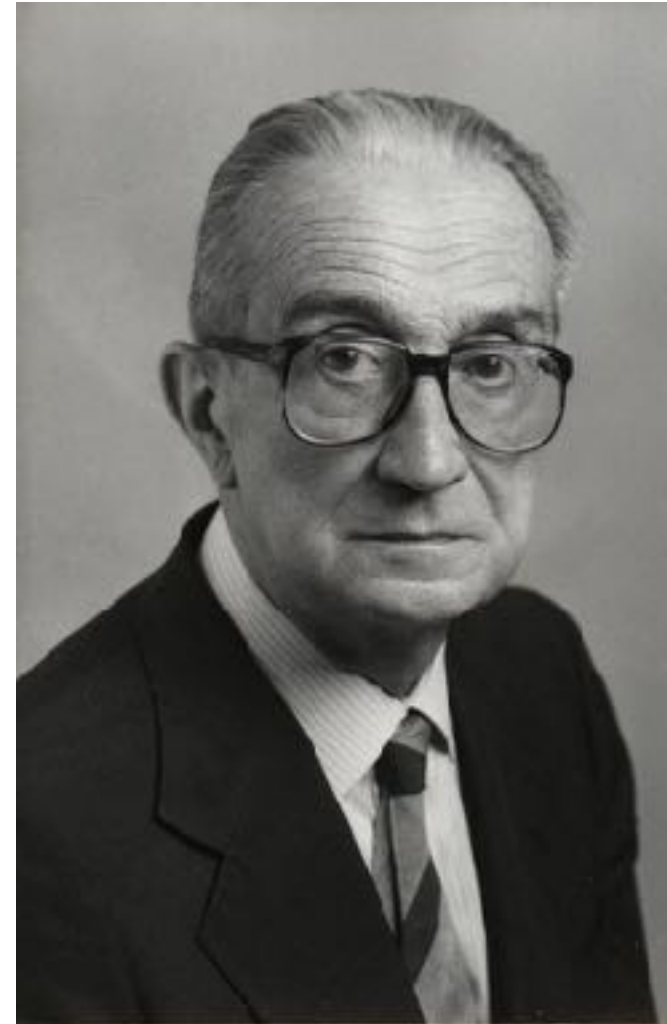
Dino Formaggio, 1914 - 2008

L'arte si muta in logica della possibilità progettuale. Ma il possibile ha in sé anche lo scacco dell'impossibile ed è in questa coscienza che si apre per esempio l'interrogazione sull'oggetto: è il tema del design che *Formaggio* indica, sulle orme di *Baudrillard*, come "sistematica degli oggetti". Un ulteriore approfondimento *Formaggio* lo svolge in due saggi molto complessi inclusi nel "Trattato di estetica" (1981). *Formaggio* sottolinea la natura polimorfa del prodotto di *design* configurandolo sostanzialmente come un progetto dalla "struttura ordinativa complessa e a più strati". L'oggetto della progettazione industriale rileva l'essenza plurale del proprio uso e della propria funzionalità. Il design, in quanto fenomeno progettuale per eccellenza, identifica al meglio le modalità con le quali l'artisticità si risolve in un discorso che è sempre necessariamente tecnico e che si fa politico in senso lato, in quanto atto a costruire contesti sociali possibili.



Giulio Carlo Argan

In *Argan* la morte dell'arte è la "fine di un'esperienza del mondo, resa possibile da determinati mezzi, oggi progressivamente abbandonati, e alla cui origine sono i sensi, oggi in parte elusi dalle nuove esperienze estetiche". Dalle prime tematizzazioni del dopoguerra fino alla conferenza del 1980 tenuta a Berlino, nel processo di *Argan* è possibile riconoscere almeno tre momenti: nella prima fase (il dopoguerra e gli anni Cinquanta) il design è visto propositivamente come fattore di "integrazione sociale", in un secondo tempo (gli anni Sessanta) si registra una crisi del design che coincide con le nuove regole dettate dalla cultura di massa per poi, infine, approdare negli anni Settanta e Ottanta a una visione più pessimistica in cui la morte dell'arte nella sua globalità documenta anche il degrado di un design che da emancipazione si è ridotto a mero strumento.



Giulio Carlo Argan, 1909 - 1992

È ciò che Argan indicherà come la scommessa persa dal design: una cultura del progetto che si smarrisce in una cultura progettata. In “Arte, artigianato e industria” (1949) Argan individua nel Bauhaus il tentativo più nitido di riformulare la produzione artistica all’interno di quella industriale. Nel suo processo di conformità alla tecnica l’arte cessa di produrre modelli o oggetti di contemplazione e inizia, invece, a immettere nella realtà strumenti operativi. In tal modo per Argan arte e tecnica configurano un doppio movimento in cui l’arte si rinnova nella tecnica industriale e quest’ultima si amplia nell’esperienza artistica.



Giulio Carlo Argan 1984



IL CRITICO COME STORICO

“Poiché la novità o l'originalità, connotazioni necessarie dell'opera d'arte, si verificano paragonando l'opera che si studia con quello che è stato fatto prima e dopo, e cioè studiando la situazione della cultura figurativa in cui si è inserita e che ha modificato, è chiaro che l'artisticità dell'opera non è altra cosa dalla sua storicità, e che **il giudizio critico è giudizio storico**, sicché nessuna distinzione può esservi, sul piano teorico, tra critica e storia dell'arte.”

Rendere attuale l'arte significa passare dall'estetica del bozzetto, nella quale la dimensione formale è ancorata alla manualità, all'estetica del progetto: l'oggetto di design si risolve in uno stesso atto che mentre produce la forma produce anche la materia. Il carattere progressivo del design si realizza nella sua "estetività" che non è elemento puramente teoretico o percettivo, ma storico. L'estetività del design nasce "da un'esperienza estetica, che a sua volta non può essersi formata che attraverso lo studio delle forme storiche dell'arte; il design trova la sua giustificazione e la ragione della sua funzione in quella esperienza molto più che in un astratto concetto dell'arte.»



L'oggetto del design è quel particolare oggetto che è "insieme se stesso e la rappresentazione di sé". Questa bidimensionalità sostanzia la nuova modalità di esprimere l'oggetto socialmente, modalità di cui lo standard è la traduzione collettiva. L'exasperazione tecnica della ricerca di una perfezione funzionale dell'oggetto in sé che di fatto rappresenta un'ulteriore tappa del feticismo della merce. Argan rimane fedele alla sua idea che il design non è solo un fenomeno collegato all'industria e alla tecnica, ma piuttosto alle complesse vicende dell'arte moderna.



COMITATO NAZIONALE
PER LE CELEBRAZIONI DEL
CENTENARIO DELLA NASCITA
DI GIULIO CARLO ARGAN
1909-2009

ASSOCIAZIONE
BIANCHI BANDINELLI
*Istituto di studi ricerche e
formazione fondato da
Giulio Carlo Argan*



ARTE, CITTÀ, POLITICA

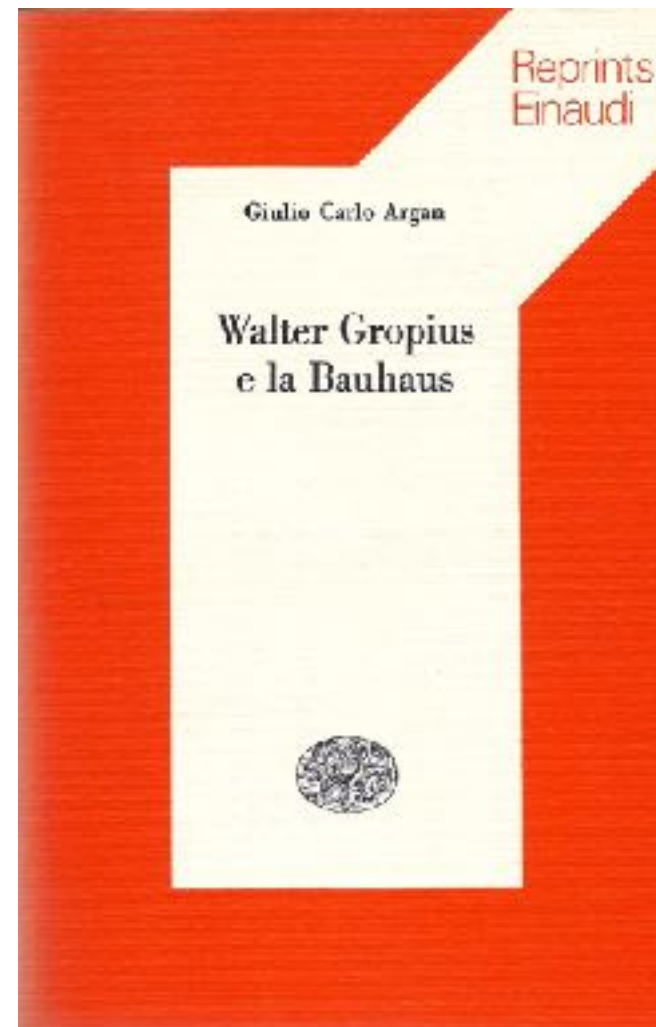
la battaglia per la cultura di Giulio Carlo Argan

Giornata di studi e di confronto

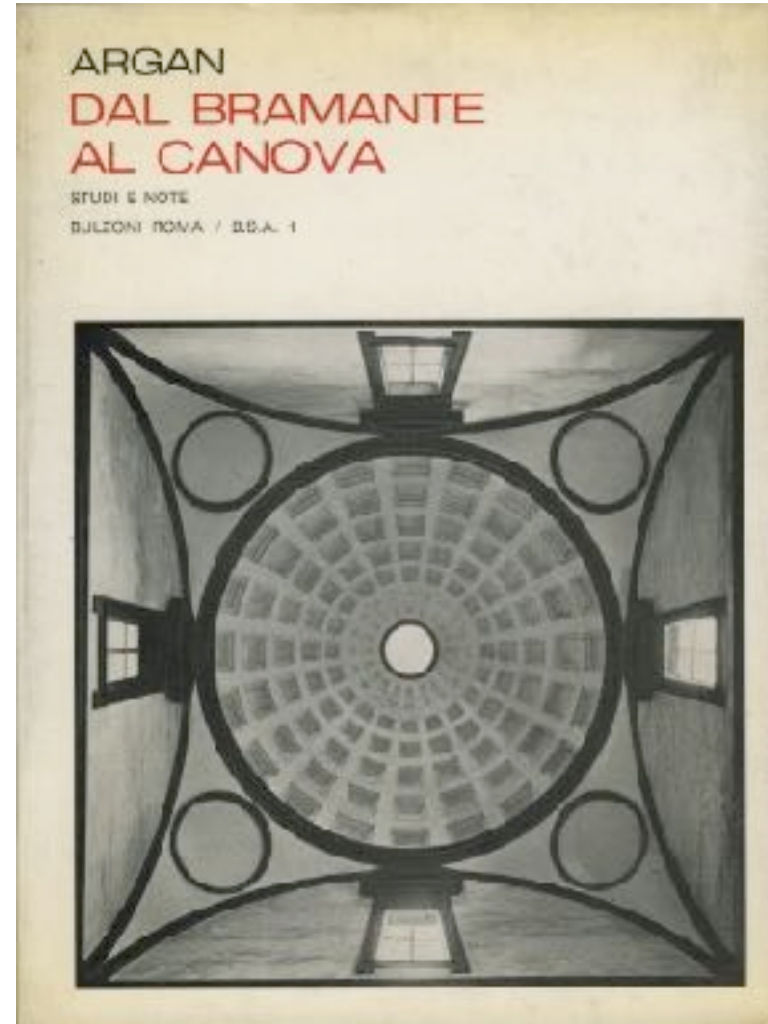
Roma - Mercoledì 16 giugno 2010

MIBAC - Complesso Monumentale di San Michele a Ripa
Sala dello Stenditoio, Via di San Michele 22

In “Che cos’è il Disegno Industriale” (1955) Argan sintetizza la sua visione del design. A essere considerata è la classica distinzione tra arte pura e arte applicata, tra l’universo della contemplazione e quello del fare. L’arte applicata, abbinata alla tecnica e alla scienza, esprime i valori ideali della modernità, mentre l’arte pura, portatrice di contenuti estetici passati, si muta in accademismo. “E dunque il progetto o il disegno industriale quello che determina a priori, e sempre in rapporto alla funzione, la qualità, ch’è poi sempre qualità estetica, del prodotto”. E questo il momento di maggiore adesione di Argan alla funzione emancipatrice del design un’adesione che sembra vacillare agli inizi degli anni Sessanta. In “Moda stile costume” (1961), per esempio, pur rilevando la consueta insistenza sulla dimensione sociale del design, è interessante notare lo schematico sviluppo storico della produzione industriale tracciato da Argan.



La prima fase dell'industrializzazione non faceva altro che elevare a esempi i prodotti finiti dell'artigianato, li moltiplicava senza riprodurre o curarsi del livello qualitativo. In una seconda fase, invece, si inizia a concepire oggetti esclusivamente per la produzione industriale e a configurare un'estetica che assume come suo modello più che l'oggetto finito (il prodotto artigianale) "l'ipotesi" dell'oggetto (il progetto). In "Arte e società" (1962) Argan affronta un generale ripensamento della destinazione sociale dell'arte nel quadro delle forme di produzione industriali in un complesso confronto, "per analogia" e "per contraddizione", con l'arte contemporanea. In "Salvezza e caduta nell'arte moderna" (1964) per la prima volta Argan parla di scommessa persa da parte del design senza mezzi termini. Sempre più marginalizzato nelle ricerche degli anni successivi, il design riappare in tutta la sua irrimediabile criticità ne "La crisi del design" (1980).

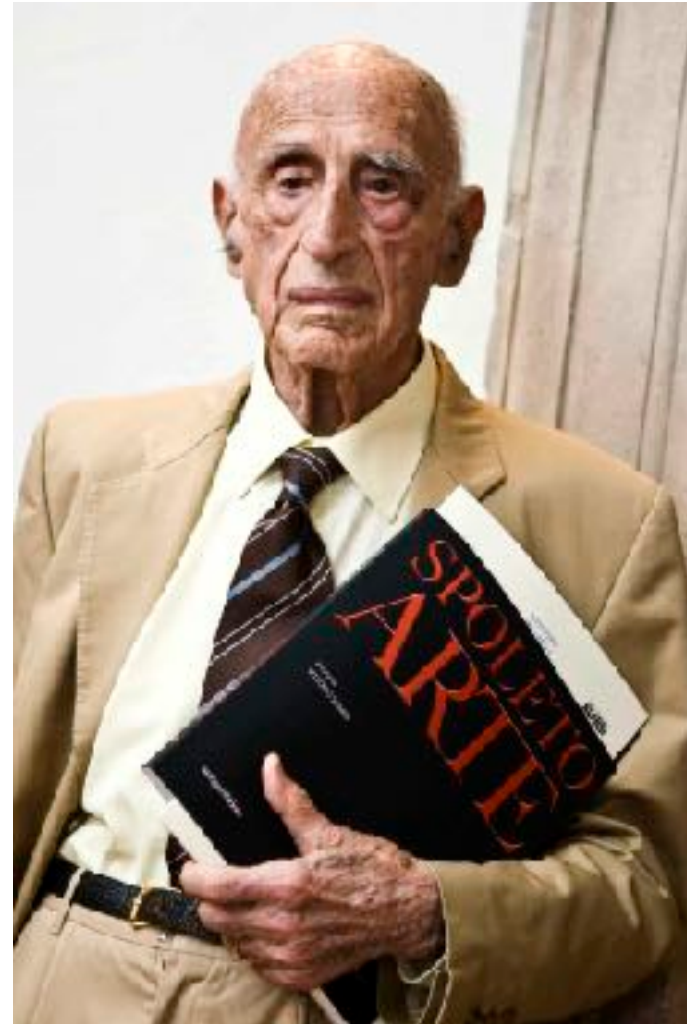


Si tratta di un contributo molto complesso nel quale la sconfitta del design si intreccia con i problemi dell'universo città. La crisi del design è quindi la crisi del soggetto moderno e delle loro relative proiezioni collettive, la città e la società, poiché "la città sta alla società come l'oggetto all'individuo. La società si riconosce nella città come l'individuo nell'oggetto: la città è dunque un oggetto d'uso collettivo". Il passaggio da un "prodotto d'interesse individuale" (l'artigianato) a un "prodotto di interesse collettivo" (l'industria), il processo storico dell'industrializzazione, si è rilevato un percorso incompiuto. Progettare l'oggetto vuol dire progettare la città e progettare la città significa pensare un'idea sempre nuova di realtà sociale. Come dirà lo stesso Argan nel 1984 "progettare per non essere progettati".



Gillo Dorfles

Il percorso critico di *Dorfles* rappresenta sicuramente il momento di maggior congiunzione tra il design e l'estetica italiana. *Dorfles* ha affrontato di fatto il fenomeno del disegno industriale in quasi tutti i suoi testi una ricognizione segnata dall'idea guida che il design è una delle più rilevanti manifestazioni dell'estetico nella contemporaneità e che rientra, pertanto, in una disamina nella quale è affiancabile agli indirizzi dell'arte, dell'architettura e delle molteplici espressioni della medialità tecnologica.



Gillo Dorfles, 1910

Tuttavia inserire il design in un tale panorama non significa eliminarne le specificità, ma anzi vuol dire propriamente sondarne e rimarcarne le differenze. *“Solo la nostra epoca ha assistito alla comparsa di un oggetto creato dalla macchina, perciò tale oggetto deve avere delle sue precise caratteristiche pratiche e anche estetiche”*. Il design vive una dimensione di reciproca influenza con le arti figurative e visive del proprio tempo e, in secondo luogo, poiché promuove un'estetica tecnologica non è assimilabile alle arti pratiche del passato. Proprio avendo rilevato le connessioni formali tra “opera d'arte inutile” e “oggetto industriale utile”, *Dorfles* può inserire il design nel suo testo *“Il divenire delle arti”* (1959). Tre i concetti che vengono espressi con chiarezza. La preponderanza dell'oggetto industriale su quello artigianale, la funzione “premonitrice” del design e infine la sua funzione simbolica.



In “Simbolo comunicazione consumo” (1962) il design è tematizzato più che sul piano tecnico su quello comunicativo. Non più l’arte (nella sua pluralità) come termine di paragone, ma la moda, la pubblicità, l’universo del consumo simbolico. L’esigenza di sistematizzare le riflessioni sul design porta *Dorfles* a pubblicare “Il disegno industriale e la sua estetica” (1963). In primo luogo occorre sottolineare come l’elemento “artistico” nel design sia “al principio”, mentre nell’artigianato è “alla fine”: l’estetico quindi nel design combacia sempre con la fase progettuale. “Un oggetto, per essere funzionale nel vero senso della parola, dovrà rispondere oltre che a delle esigenze pratiche, utilitarie, di adeguatezza dei caratteri del materiale usato e ai costi, ecc., anche a delle esigenze semiotiche, di corrispondenza tra la forma dell’oggetto e il suo significato”.

Gillo Dorfles gli artisti che ho incontrato

SKIRA

Entrano in gioco così altre categorie quali lo styling, la pubblicità, il ruolo dei mass media e la moda. All'oggetto superindividuale di assoluta funzionalità si affianca quello destinato all'uso individuale che può essere più funzionale e meno soggetto al consumo, e quindi meno determinato dalla moda o, al contrario, meno funzionale e più soggetto al consumo e ai mutamenti della moda. L'oggetto di design è visto come nuovo indicatore di un gusto che si è trasferito dall'arte alla valutazione degli oggetti industriali. Tanto quanto l'oggetto è soggetto all'obsolescenza, al consumo simbolico, quanto il gusto è soggetto alle oscillazioni, ai mutamenti, ormai inevitabilmente di massa, dei riferimenti del panorama formale sempre più regolati anche dal design.

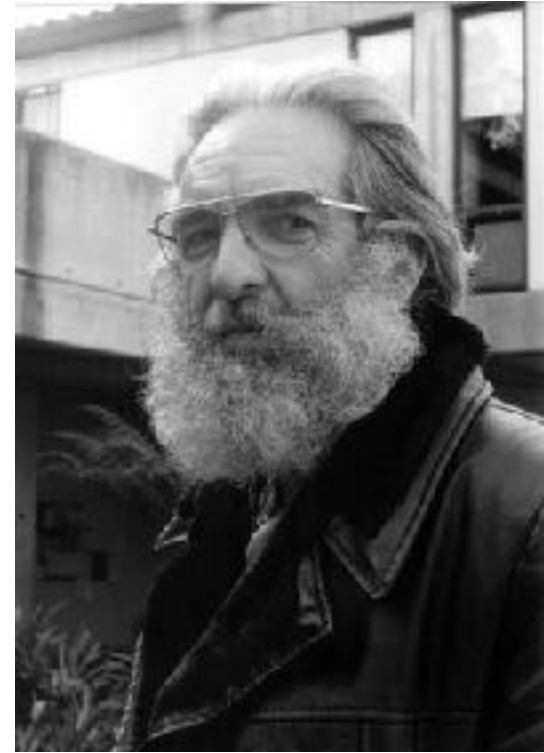


L'oggetto di design ha quindi sempre un'alta "capacità simbolica". Del lungo e fedele itinerario critico all'interno dei problemi del disegno industriale di *Dorfles* è possibile comunque avere una suggestione di sintesi. Si tratta di due concetti che *Dorfles* desume da Hume: *novelty e facility*. L'apprezzamento estetico di ogni opera d'arte (e quindi per estensione di ogni oggetto industriale) si configura all'interno dell'interesse suscitato dal nuovo e dalla possibilità di comprendere questa novità.



Reyner Banham.

Il maggior critico della cultura pop inglese e ispiratore dell'*Independent Group* sosteneva il passaggio a una "Seconda Età della Macchina". In questa nuova prospettiva anche il design non fu più interpretato attraverso le ormai logore categorie di forma e funzione, ma da due nuovi paradigmi con i quali potevano essere letti non solo gli oggetti industriali ma tutti i fenomeni della crescente cultura dell'immagine e del consumo: imageability ed expandibility, iconicità e consumabilità. Il pop era propriamente quella dimensione facilmente condivisibile ed esteticamente accessibile a tutti che proiettava l'oggetto in una sfera di ineludibile mitizzazione e consumo di massa



Peter Reyner Banham (1922- 1988, è stato un critico d'arte e teorico dell'architettura britannico.

Se l'architettura manifestava un'eccessiva idiosincrasia verso il transitorio (gli edifici per *Banham* sono infatti troppo stabili e duraturi), il design poteva incarnare perfettamente questa nuova estetica del consumabile con la conseguente preminenza degli apparati tecnologici sulla cultura tradizionale dei materiali. L'estetica del bene di consumo è quindi il nesso che collega il design all'universo onnicomprensivo delle *popular arts*.



Modernism and mass culture in Britain, 1945–59 • Anne Massey

E il designer non è soltanto un progettista, ma anche un interprete del repertorio simbolico di un'intera cultura. Si profila l'idea di un oggetto “*totemico*” e consumabile, di cui l'automobile è la massima espressione: “Veicoli del desiderio” (1955) si intitola infatti uno dei saggi più importanti di *Banham*. Per *Banham* i prodotti industriali nascono all'interno del sistema mercato e conseguentemente anche i desideri che suscitano appartengono a quel sistema e pertanto sono oggetto di valore di scambio.



. A questa promozione dell'esito consumabile della progettazione risulta complementare e funzionale l'estetica dello styling che, vituperata e osteggiata, trova in Banham uno dei suoi sostenitori più consapevoli. Le tesi di Banham, prevedibilmente, non trovarono calorosi consensi. L'aver identificato nell'expandability simbolica e materiale l'essenza del prodotto conduceva Banham a due conseguenze tra loro relate: il design era sempre più un problema comunicativo e tecnologico. Il design andava sempre più risolvendosi in un'incessante modulazione tra struttura e sovrastruttura degli ambienti: sia che fossero semplicemente spazi abitativi sia che fossero città.

The Independent Group (1952-1955)

Richard Hamilton (b. 1922)

- Amongst the IG was artist, Richard Hamilton.
- Hamilton's work, *Just What is it that makes today's home so different, so appealing*, has become an iconic representation of English Pop art.
- This piece, originally created as a poster advertising a 1956 group exhibition, "This is Tomorrow" encapsulates everything American that interested the IG.



Richard Hamilton, *Just What is it that makes today's home so different, so appealing*, 1956. Collage on paper, 10 3/4" x 9 3/4". Kunsthalle Tübingen, Sammlung Zündel.

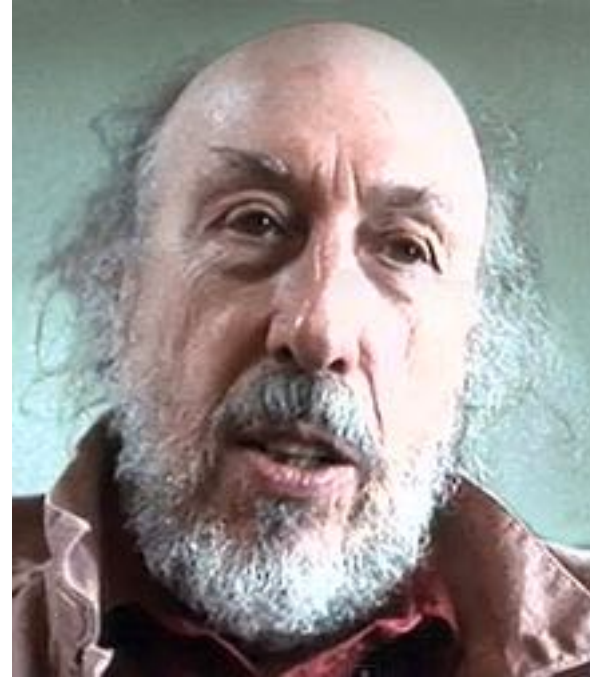
Nel primo caso, come *Banham* argomentò in uno dei suoi saggi più immaginifici e aperti al futuro, “A Home Is Not a House” (1965), il tecnologico emergeva come l’articolazione fondante dello spazio abitativo. L’ambiente domestico diventa soltanto un pretesto per l’esibizione dei nuovi oggetti di massa e di quell’ulteriore dimensione del consumo materiale che è il gadget.

The Independent Group (1952-1955)

- The Independent Group or IG as it became known was a small group of artists (painters and sculptors), architects, writers, and critics who gathered at London’s Institute of Contemporary Arts.
- The group gathered to debate modernist paradigm.
 - The focus was on popular culture, thus the term “Pop.”
 - They were particularly fascinated with American culture, its fast pace and car culture.
- The group was in part interested in the contrast between American and European postwar culture.
 - Americans experienced great prosperity after the war while most European nations, Britain included, experienced great hardship.
 - The abundance of luxury items, Hollywood culture, etc. became a central focus of the group.
- Their work is not exclusively a condemnation of popular culture. It is an attempt to alert people about how mass culture is communicated and manipulated to an often unsuspecting public audience.

Richard Hamilton

Membro dell'*Independent Group*, massimo rappresentante della *Pop Art* inglese e docente di *Interior Design* al *Royal College of Art* di Londra, *Hamilton* ha tematizzato più di ogni altro, oltre che nelle proprie opere anche sul piano teorico, la struttura dell'oggetto pop. È suo il celebre "*Elenco delle caratteristiche dell'oggetto pop*" (1957). La Pop Art è: popolare, effimera, consumabile, a basso costo, prodotta in massa, giovane, spiritosa, sexy, ingegnosa, glamour, grande affare



Richard Hamilton, 1922-2011

In questo elenco è evidente che *Hamilton* considera l'oggetto pop scomponibile in tre grandi strutture: produttiva (le prime cinque caratteristiche), estetica (le seconde cinque) ed economica (l'ultima). La dimensione produttiva dell'oggetto pop, ossia dell'oggetto industriale di massa, verte interamente sulla nozione di *expendability*: se non è consumato collettivamente l'oggetto non ha diritto di esistere. Più problematica è la caratterizzazione estetica dell'oggetto pop. L'oggetto pop attiva una logica proiettiva quasi tautologica: è giovane perché è rivolto ai giovani. Inoltre, la connotazione giovanile dell'oggetto pop estromette anagraficamente una grandissima fetta di possibili fruitori.



R. Hamilton, Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?, 1956

Gli aggettivi seguenti o spostano l'estetico verso il ludico, anticipando la futura mutazione dell'oggetto in gadget, o ribadiscono in formule di feticismo immediato la forza persuasiva del sistema mercato: è la *persuading image*. In "Art and Design" (1960) il punto di partenza del contributo è il riconoscimento che il design non appartiene all'universo della produzione quanto piuttosto a quello della comunicazione: la sua estetica è formulata, espressa e veicolata totalmente all'interno dei mass media. Nell'esposizione di *Hamilton*, il design si risolve in una continua logica dell'apparenza che attesta come archeologia il binomio modernista di forma e funzione. Hamilton ritiene che "l'alto tasso di obsolescenza è giustamente considerato come una funzione del progresso tecnologico", e ciò significa ovviamente prendere posizione in modo diretto contro l'estetica antitransitoria e platonica.



Foto per la copertina di Living Arts Magazine,
1963

Il faticoso lavoro del movimento moderno di ricomporre (progettare) organicamente forma e funzione, estetico e pratico si dissolve nella nuova consapevolezza che l'oggetto propone sempre due tipologie di consumo: quella materiale e quella simbolica. Ed è quest'ultima che, in definitiva, ne definisce l'estetica. In questa fusione con l'universo mediatico il design rientra nella formula comprensiva di pop art. Solo l'*expandability* segnala l'impossibilità di una completa rubricazione della fine art nella categoria pop art e in questo connota definitivamente ex negativo anche il design: se la consumabilità non appartiene all'estetica della fine art, allora sarà il fulcro della pop art.



Richard Hamilton, She,
1958-1961, Tate Gallery,
Londra

The image shows the front cover of The Beatles' 'The White Album'. It is a minimalist design with a white square in the center, surrounded by a thick grey border. The text 'The BEATLES' is printed in a simple, black, sans-serif font in the middle of the white square.

The BEATLES

The White Album, 1968 - designed by Richard Hamilton

Roland Barthes

Con “Miti d’oggi” (1957) Barthes dà alle stampe un innovativo libro di fenomenologia sociale. *Barthes* aveva concepito le espressioni della società come un testo nel quale ogni fenomeno è portatore di “significazione”. Tra i numerosi “miti” indagati da *Barthes* almeno quattro possono essere assimilabili, con minore o maggiore aderenza, al design: “Giocattoli”, “Cucina ornamentale”, “La nuova Citroen” e “La plastica”.



Roland Barthes, 1915 - 1980

Barthes, per esempio, individua nei giocattoli una tendenza a risolvere l'oggetto in forme "tutte funzionali" e a eliminare dal materiale l'elemento naturale. Nella trattazione della cucina ornamentale è, invece, possibile scorgere un'interessante valutazione del problema dell'ornamento, estrapolandolo dal tema in questione, ossia quello gastronomico. In "La nuova Citroen" e "La plastica" il tema del design è chiaramente più centrato. L'automobile è il vero feticcio della produzione industriale, è un "oggetto perfettamente magico". Se il nuovo modello della Citroen, la *Déesse*, esibisce una sorta di "arte umanizzata" conchiusa in una sfera di seduzione magica, la plastica rappresenta, al contrario, la "prima materia magica che cede alla prosaicità", attesta una mutazione culturale.

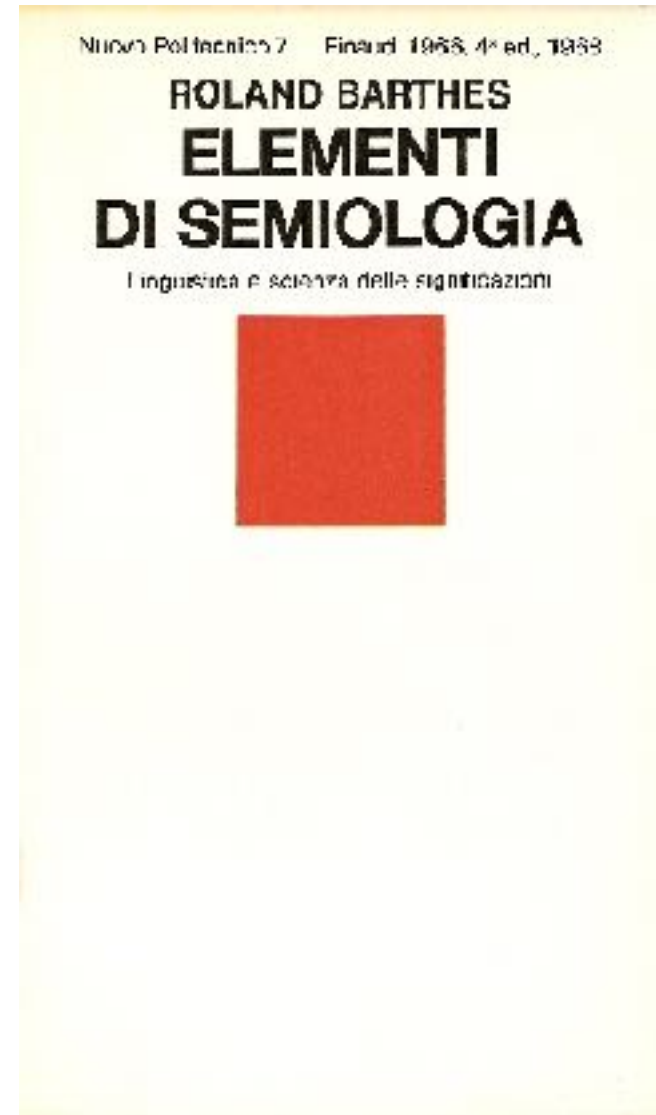
- In altri termini, la significazione è una procedura che lega elementi di ordine sensoriale a elementi di ordine intellettuale.
- Un sistema di significazione è un costrutto semiotico **autonomo**, indipendente da ogni possibile atto di comunicazione che le attualizzi.
- Ogni processo di comunicazione fra esseri umani **presuppone** un sistema di significazione come propria condizione necessaria.

8



Una Citroen DS

Barthes vede la plastica come un materiale esclusivamente risolto nell'uso. A metà strada tra la gomma e il metallo, la plastica esibisce in modo embrionale la futura, possibile deriva dell'oggetto contemporaneo: il design fine a se stesso. In "Elementi di semiologia" (1964) Barthes indica la possibilità di applicare i principi della linguistica strutturale a sfere extralinguistiche indicando come un sistema culturale possa essere indagato e analizzato solo dall'interno del linguaggio.



Jean Baudrillard

Baudrillard pubblica la sua prima opera “Il sistema degli oggetti” (1968), uno dei testi più importanti che la riflessione filosofica abbia espressamente dedicato al problema dell’oggetto e conseguentemente al design. *Baudrillard* perimetra la sua indagine sull’oggetto applicando il modello linguistico agli oggetti: lettera/tecnemi, parola/oggetto, linguaggio/tecnologia. Il sistema degli oggetti parte da una premessa implicita: è scartato il rapporto soggetto-oggetto nelle sue due dinamiche classiche. Questo sistema non è costituito dall’oggetto che assume valore in relazione all’uomo e ai suoi bisogni, né, al contrario, dal soggetto che si riformula nell’oggetto, ma dal rapporto che viene ad istituirsi tra gli oggetti in quanto “segni” dello stesso sistema.



J. Baudrillard, 1929, 2007

Come ha sintetizzato *Baudrillard*, il fulcro autentico di questo sistema non indica “l’oggetto fabbricato, prodotto, creato, ma ciò che gli oggetti si dicono gli uni con gli altri, il sistema segnico e la sintassi” che esprimono. *Baudrillard* individua quattro sistemi: il sistema funzionale o discorso oggettivo, il sistema non-funzionale o discorso soggettivo, il sistema metafunzionale e disfunzionale e, infine, il sistema socio-ideologico. Il sistema oggettivo e funzionale è definito da due strutture: l’ambiente e l’assestamento. L’ambiente, in questo caso lo spazio dell’abitazione, si organizza tramite l’assestamento, che nel caso di *Baudrillard* è rappresentato dall’arredamento.



L'assestamento è pertanto l'aspetto organizzativo, "tattico", dell'ambiente. I materiali, le forme, i colori attestano una modulazione funzionale nella quale le possibili declinazioni soggettive sono semplici varianti di un sistema di segni. Sebbene la modernità si caratterizzi per questo suo tratto funzionale, la componente simbolica dell'oggetto non è scomparsa. Infatti rientra negli altri sistemi. In primo luogo in quello non-funzionale, il discorso soggettivo. È l'universo degli oggetti antichi, folkloristici, esotici. Si apre il valore simbolico dell'oggetto in cui il soggetto proietta la nostalgia per l'antico e l'ossessione per l'autentico. Il sistema non-funzionale, quindi antisistematico per definizione, trova una sua sistematizzazione del valore simbolico che è la collezione, mentre il sistema funzionale può sfociare nell'anarchia tecnologica espressa dai gadget, dagli aggeggi.

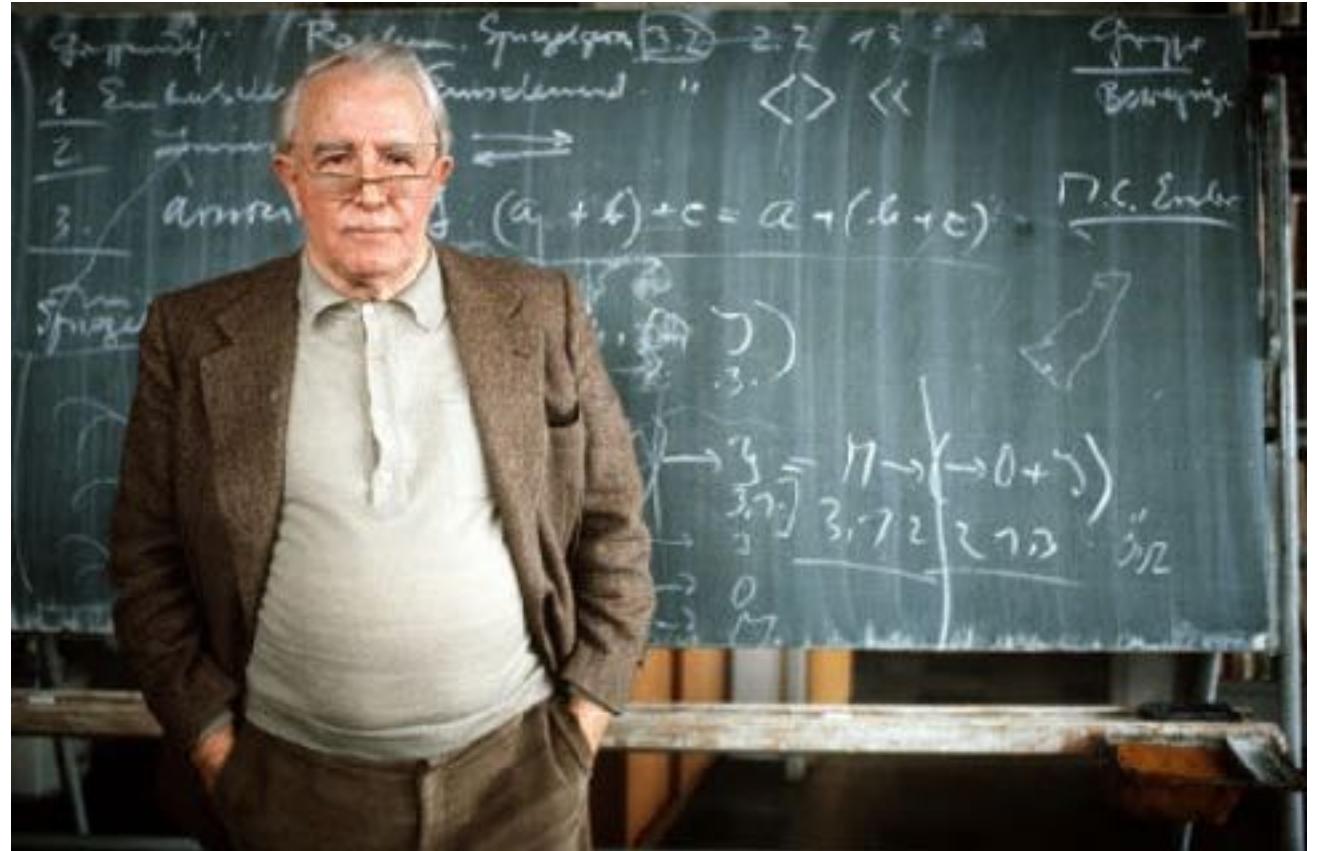


A questo sistema disfunzionale segue quello socio-ideologico. È la dimensione del consumo, della pubblicità, nel quale emerge come strutturante la contrapposizione tra modello e serie. La compiutezza del modello si destruttura nell'ossessione degli accessori, nella combinazione ludica dei particolari: nella personalizzazione “l'oggetto diventa soltanto un catalogo di particolari e l'incrocio di numerose serie”.



Max Bense

L'estetica di *Bense* è un ambizioso progetto nel quale confluiscano molteplici suggestioni e influenze. *Bense* propone un'estetica moderna “del tipo galileiano”, ossia un'estetica capace di verificare la “realtà estetica”, l'insieme delle caratteristiche di un oggetto d'arte o di design. Emerge pertanto che l'esteticità del design è influenzata dal materiale più di quanto non sia quella dell'arte. Inoltre sia l'oggetto artistico sia quello di design è realtà estetica “nella misura in cui sostanzialmente non è un dato ma è fatto”.



M. Bense, 1910, 1990

È comprensibile come nella sua *“Estetica”* (1965) assegni al disegno industriale un ruolo assolutamente paritario con le arti figurative e la letteratura. Il bello tecnico va interpretato alla luce della differenza tematizzata da *Bense* tra concetto ontico e concetto semantico della bellezza. Il concetto ontico, con il quale si identifica l'estetica classica, indica che l'oggetto, qualsiasi esso sia, è bello di per sé. Al contrario nel concetto semantico, e quindi nell'estetica moderna, l'oggetto diventa bello solo attraverso il segno che è stato trovato per lui. Alla bellezza semantizzata della tecnica corrisponde un'ontologia non oggettuale ma funzionale, nella quale si configura l'oltrepassamento tecnologico della datità dell'oggetto.



In modo parallelo ai processi di smaterializzazione dell'arte contemporanea, il design manifesta l'esemplarità dell'estetico in una tecnica che non necessita più del supporto della dimensione oggettuale.

Il bello tecnico connota propriamente "lo spostamento del bello dall'ambito della realtà sensoriale a quello della parvenza sensoriale". Questo processo di astrazione visibile in modo quasi epocale in quell'immensa "fabbricalità del mondo" che è la coscienza tecnica del moderno e che ha avuto nel passaggio dal concetto di sostanza a quello di struttura la sua prima tappa decisiva, è di fatto il nucleo dell'estetica "esatta e tecnologica" di *Bense*.



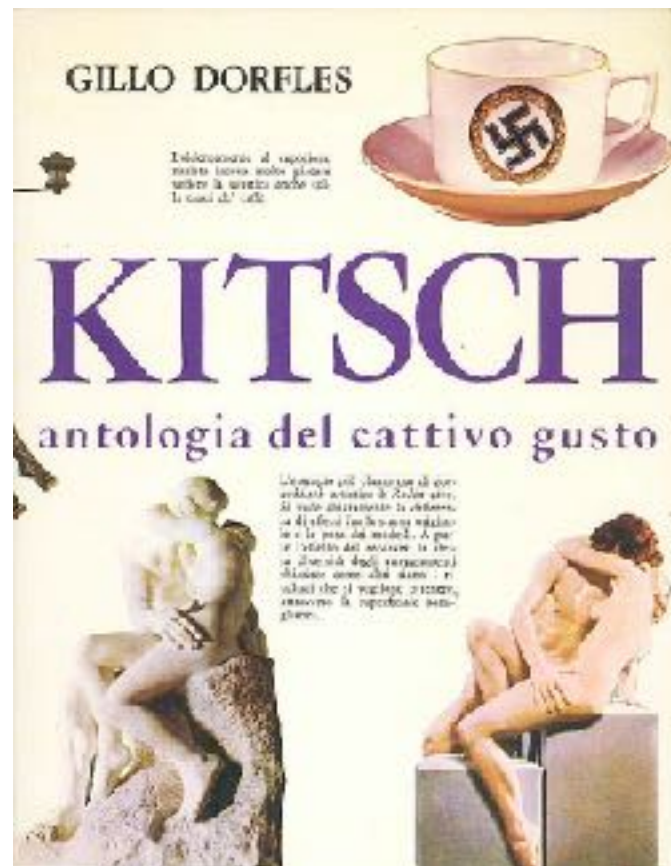
Abraham Moles

Moles ha meditato a lungo sulle possibilità di applicare la teoria dell'informazione all'oggetto industriale. *Moles* tematizza la scomponibilità dell'oggetto in una complessità strutturale (la costituzione dell'oggetto) e in una funzionale (la destinazione d'uso). Decisivo è il fatto che per *Moles* non esistono strutture in sé, ma solo strutture percepite. Gli oggetti industriali, "tecnici", possono pertanto essere classificati attraverso due categorie di definizione: le definizioni analitico-strutturali e quelle teleologico-funzionali.



Abraham Moles, 1920, 1992

La complessità è propriamente l'unica dimensione universale che definisce una struttura: questa analisi è integrata nel saggio *“Teoria della complessità e civiltà tecnologica”* (1965). Moles delinea una sorta di cartografia del “mondo degli oggetti” in cui complessità strutturale e complessità funzionale costituiscono le “dimensioni essenziali” di tale mondo che risponde, grazie ai processi di industrializzazione e tecnologizzazione basati su una matematizzazione della costruibilità (il progetto) dell’oggetto, a un “sistema di norme metriche universali”. Un ulteriore approfondimento è sviluppato da Moles nell’importante saggio *“Oggetto e comunicazione”* (1969). Ogni oggetto, essendo portatore di morfemi, di forme analizzabili, interpretabili, riconoscibili sia individualmente sia collettivamente, è in sé già comunicazione.

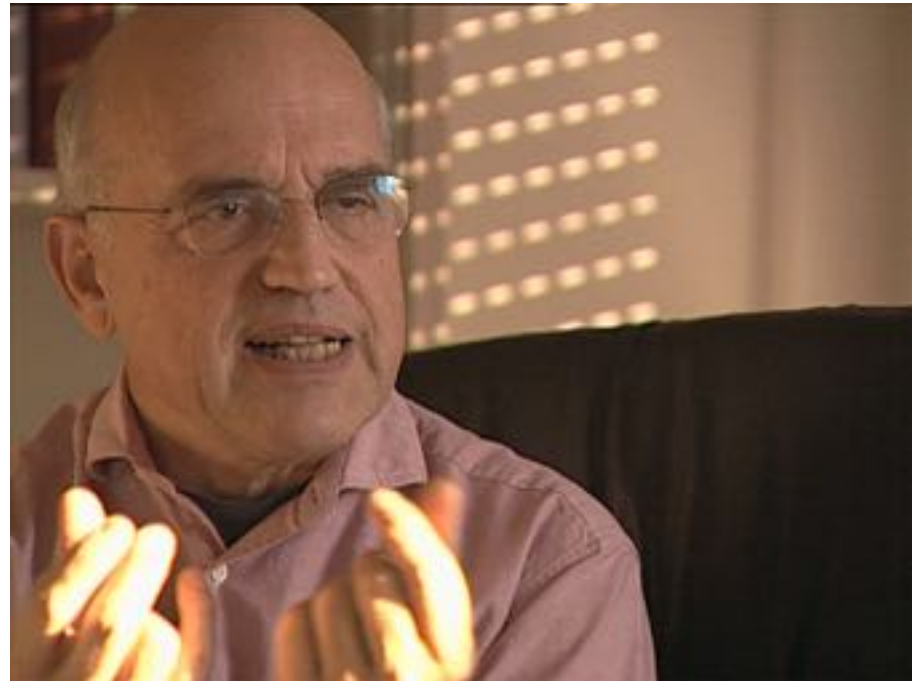


Poiché l'industrializzazione e la produzione in serie hanno definito l'oggetto come oggetto di massa, la sua comunicazione coincide con la comunicazione di massa e rientra inevitabilmente nel circuito dei mass media. È il passaggio in qualche modo fatale, ma vitale per l'economia capitalista, che trasforma il desiderio in bisogno e che coniuga antropologicamente il sistema del consumo con la sociologia dell'oggetto: una logica nella quale l'elemento estetico, mediato e alimentato dagli apparati comunicativi organici alla produzione industriale, assume quasi un ruolo di esclusività nella definizione dei consumi e dei modelli culturali.



Wolfgang Fritz Haug

Si deve ad *Haug* l'applicazione più rigorosa dell'estetica marxista al design con il suo fortunato volume "*Critica dell'estetica delle merci*" (1971). *Haug* concepisce la funzione estetica espressa dalla merce come mezzo di consolidamento sociale ed economico del capitalismo. In questa prospettiva la bellezza è letta unicamente come manifestazione dell'apparenza dei prodotti di consumo: la bellezza artistica cede il posto alla bellezza delle merci. Il prodotto di consumo diventa il tramite privilegiato dell'affermazione dell'ideologia dominante: l'estetica della merce (l'apparenza sensibile del prodotto) come espressione puramente ideologica.

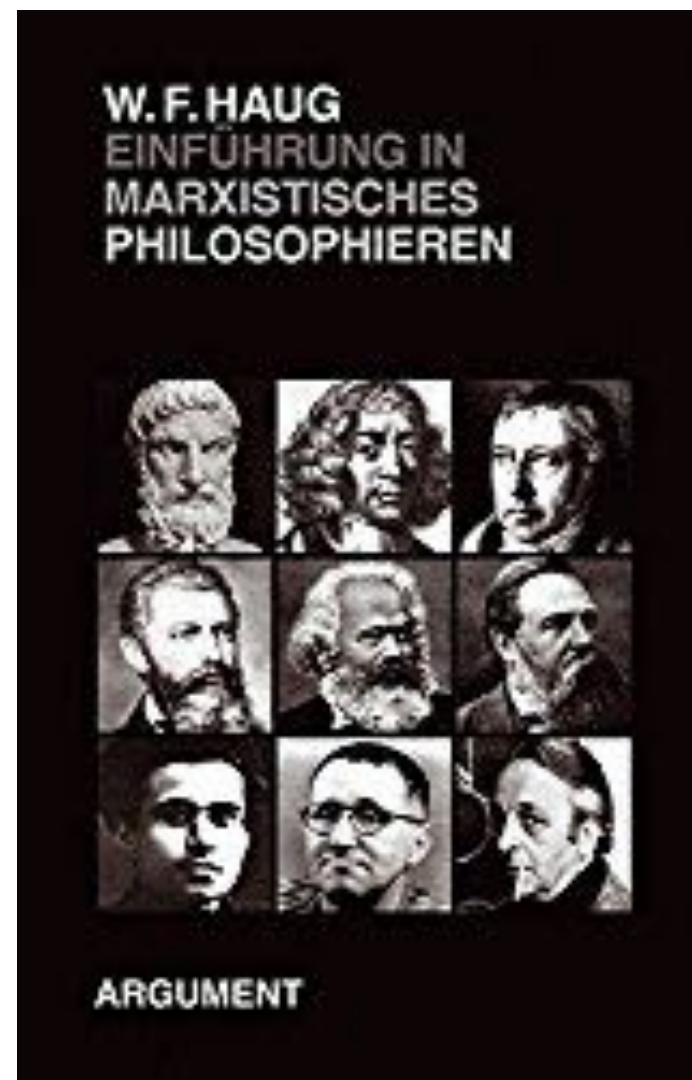


Wolfgang Fritz Haug, 1936

Se la prima parte è dedicata ai processi ideologici di estetizzazione del prodotto industriale in sé, la seconda sonda i processi di trasformazione del bello della merce in un programmata tecnologia della bellezza. Il punto di partenza dell'estetizzazione della merce è per *Haug* la trasformazione del valore d'uso in marchio di qualità. Come l'oggetto si scioglie nella sua apparenza, nella sua presentazione di merce, allo stesso modo questa apparenza si risolve nelle forza impositiva della marca, tanto è vero aggiunge *Haug*, che nello scenario moderno del mercato a molti generi di merci manca uno specifico concetto di valore d'uso, ma non il nome. Il capitalismo avanzato, nel quale l'estetica della merce si configura come dimensione decisiva, affina le vecchie tecniche di rafforzamento dei ritmi di consumo.



“L’obsolescenza artificiale” si traduce in una pianificazione che è il cuore stesso dell’estetica delle merci. L’innovazione estetica non rappresenta una semplice strategia di marketing, ma concorre a definire la merce come “istanza antropologica”, capace di plasmare i bisogni e i comportamenti degli uomini. L’estetico struttura il sociale tramite l’apparenza della merce. *Haug* individua essenzialmente due codici di trasmissione dell’esteticità della merce: a livello materiale la confezione, a livello comunicativo la pubblicità. Un esempio che assume in sé questi due codici è il grande magazzino che costruisce la teatralizzazione della merce attraverso una sistematica e studiata disposizione dell’apparenza.



La pianificazione di questa sensibilità artificiale, che si costituisce nel rapporto estetico con la merce, è indicata da Haug con la formula tecnocrazia della sensibilità”, il processo che rappresenta lo stadio più avanzato del fordismo e che già apre alla svolta *high-tech* dell’oggetto.

«L'analisi del capitalismo da Marx in poi, nel suo ulteriore sviluppo, ha posto in primo piano un complesso di tecniche e fenomeni che per Marx era ancora un qualcosa di insignificante. Con ciò si intende l'influsso che condiziona la coscienza e guida il comportamento e che viene determinato dalla presentazione e propagazione delle merci prodotte per il consumo di massa.» (W. Haug)

Estetica applicata di Andrea Mecacci

Andrea Mecacci in *Aisthesis, Pratiche , linguaggi e saperi dell'estetico*, Università degli studi di Firenze

«È possibile ripensare l'estetica a partire da ciò che la quotidianità esibisce in tutta la sua evidenza? Decaduto l'esclusivo parametro dell'arte per indicare l'estetico, è possibile definire l'estetica nei termini di estetica applicata? Simili interrogativi incorniciano il problematico passaggio dall'arte applicata ottocentesca a ciò che oggi si indica con la formula, forse non felicissima, di estetica diffusa e storicamente con la mutazione della società industriale in società post-industriale. Un ripensamento dell'estetica non può non fare i conti con quello che il quotidiano intende con questo termine, un'*estetica* sempre più *applicata* ai gusti, alle scelte, ai problemi di un senso comune che non si riconosce più in quel totem abusato che fu l'arte. Un'estetica che vive il proprio senso, per dirla con Benjamin, non nell'unicità della sua rappresentazione, ma nella serialità, o in modo meno severo, nella pluralità della propria produzione.

La definizione di un'estetica abbinata ai prodotti dell'industria trovò nella seconda metà dell'Ottocento varie risposte. Si potrebbe affermare che furono risposte più culturali in senso lato che analisi estetologiche legate all'oggetto industriale in sé. Tuttavia complessivamente concorsero a far maturare una nuova visione che coincise con l'emancipazione estetica dell'oggetto d'uso, il primo grande protagonista dell'estetica applicata. Una delle prime categorie a emergere fu quella della merce. Essa fu colta sia come massima espressione di un'estetica che negava la natura come suo modello a favore dell'artificio come nel caso di Baudelaire, sia come manifestazione di un feticismo che proiettava sugli oggetti contenuti spirituali mistificando gli stessi rapporti sociali come argomentò Marx. Artificio e feticismo divennero nel tempo due paradigmi imprescindibili per una lettura ideologica dell'oggetto definendone sostanzialmente l'estetica. Ma certamente quest'opzione non rimase l'unica. Il tentativo di rimarginare la frattura moderna della *techne*, la separazione tra arte bella e artigianato e poi arte applicata, comportò un problematico riesame della stessa nozione dell'autonomia dell'estetico. Emerse nuovamente il tema del nesso tra utile e bello.

Fu questo il caso, spesso rimosso se non bistrattato, di Semper. Più attenta alle dinamiche tecniche e materiali l'indagine condotta da Semper tentò di rinvenire una matrice estetica capace di raccordare utilità e bellezza in una nuova interpretazione dell'oggetto industriale. Si trattò probabilmente di un tentativo insufficiente, ma che per essere meglio compreso forse dovrebbe essere paragonato a quello che stava succedendo nello stesso periodo in Inghilterra. Al contrario di Semper, Ruskin e Morris rispecchiarono le inquietudini di un'intera epoca, quella vittoriana, nella condanna della produzione industriale. Rifiuto allo stesso tempo ideologico ed estetico del mondo industriale, l'estetica di Ruskin e Morris vide nella mitizzazione dell'artigianato non solo la possibilità di una rinascita estetica, ma anche l'idea di una maggiore giustizia sociale. Nei due autori inglesi la bellezza dell'oggetto divenne un diritto per tutti e non più un lusso, un'acquisizione decisiva per la storia del design e dell'estetica applicata nel suo complesso. Ma se Semper aveva insistito sui vincoli che la materia pone alla forma e Ruskin e Morris sul carattere di emancipazione a venire promosso dall'utopia neoartigianale, fu in due altri autori che venne compresa la portata sociale dei prodotti dell'estetica applicata: a tematizzare la ricaduta estetica dell'oggetto all'interno dei meccanismi sociali furono non a caso due intellettuali portati all'analisi sociologica, Simmel e Veblen. Simmel documentò la dimensione ludica e, contemporaneamente, le particolarità estetiche dell'oggetto dell'arte applicata inserendo la sua analisi in un quadro più

Veblen, invece, identificò l'estetica dell'oggetto con la sua esibizione sociale delineando una dipendenza del gusto dai fattori economici, registrando così il definitivo congedo del valore d'uso come dimensione centrale dell'oggetto

Il processo di espansione industriale dell'economia tedesca di fine Ottocento si tradusse in un'impostazione più circoscritta delle domande legate agli oggetti prodotti industrialmente. Si aprì un grande dibattito che trovò in due grandi questioni il proprio centro problematico: il rapporto tra forma e funzione, da una parte, e il ruolo dell'ornamento rispetto ai prodotti industriali, dall'altra. Tra i primi a sondare il nesso forma-funzione fu Hermann Muthesius che indicò la strada di un'estetica rigorosamente funzionalista e adeguata ai processi produttivi della contemporaneità. Un'estremizzazione di tale posizione è riscontrabile in Joseph August Lux che propose un'ingegnerizzazione dell'estetico, facendo coincidere l'automatismo tecnico con la qualità estetica. A mitigare questa sorta di estremizzazione positivistica contribuì la riflessione, certamente più ambigua, di Peter Behrens, per il quale l'industria poteva segnare una nuova sintesi di arte e tecnica promuovendo il disegno industriale come dimensione sociale. È questo il periodo che potrebbe esser definito classico dell'estetica applicata.

L'arte applicata cessa di essere solamente un'evoluzione storica dell'artigianato e tematizza in un complesso dibattito le proprie categorie: l'arte applicata entra nella sua fase di piena maturità e dà vita a una estetica estremamente articolata, sempre più organica ai bisogni delle masse. Fu il Bauhaus a ridefinire la questione in un'intricata vicenda culturale nella quale Gropius, in un proprio percorso concettuale non sempre semplice e lineare, identificò nello standard, inteso come unità organica di qualità e quantità, la nuova possibilità di una completa formulazione estetica della civiltà industriale.

Ma a testimonianza e a titolo esemplificativo della natura plurale del Bauhaus si possono richiamare altre due posizioni, divergenti fra loro e anche rispetto alle posizioni di Gropius: quella di Hannes Meyer, a favore di un funzionalismo che negando l'estetico si apriva alla politicizzazione della progettazione, e quella di Georg Muche, più interlocutoria e meno convinta della realizzazione di una vera sintesi tra arte e tecnica e per certi versi più affine alle suggestioni di Itten. L'estetica applicata, però, non solo si concentrò sulla questione strutturale di forma e funzione, ma ridefinì il grande equivoco estetico che l'arte applicata non era riuscita a dissipare: il tema dell'ornamento. L'ornamento fu oggetto di una profonda messa in discussione che sostanzialmente segnò il passaggio da un'estetica ottocentesca all'elaborazione di uno stile che ne sconfessava i contenuti ormai più acquisiti. Henry van de Velde cercò, ad esempio, di promuovere una riforma dell'ornamento concependolo organico ai nuovi stili espressi dagli oggetti industriali, mentre per Bloch l'ornamento rappresentò il pretesto per delineare un'estetica della crisi che non si riconosceva più né nel funzionalismo né nel decorativismo, ma in una ricerca utopica di matrice espressionista. La negazione definitiva dell'ornamento fu condotta con fermezza da Loos che vide nella pratica ornamentale non solo un'aberrazione estetica, ma il segno di un imbarbarimento antropologico e di decadenza dell'umano. Più o meno sulla stessa linea la proposta di Le Corbusier tendente a risolvere la bellezza del moderno in un sistema di organizzazione architettonica nella quale l'ornamento non poteva trovare cittadinanza. L'abbandono dell'ornamento segnò nelle arti applicate l'avvio del modernismo, di fatto la dimensione storico-culturale in cui l'estetica applicata trova piena cittadinanza.

Conclusasi nel 1933 l'esperienza del Bauhaus, negli anni Trenta si assiste a una tendenza di sistematizzazione critica dell'evoluzione storica e culturale dei risultati sino a quel momento raggiunti. Si afferma l'esigenza di comprendere l'estetica applicata come problema complesso, nel quale la dimensione estetica coincide con il momento, prima, della progettazione e, poi, dell'uso. Si giunge così a una definizione sempre più pregnante di estetica industriale. In questo quadro, sebbene non strettamente segnata dalle questioni in gioco, si inserisce la riflessione di Benjamin che lega l'indagine filosofica delle manifestazioni estetiche della città con un'interrogazione decisiva sulla riproducibilità tecnologica dell'estetico. È in Benjamin che si profila una dimensione critica decisiva per l'evoluzione concettuale dell'estetica applicata. Nella sua opera ritornano, problematizzate e rivedute, tutte le grandi questioni adombrate in precedenza: il feticismo di Baudelaire, la città di Simmel, l'estetica dell'Art Nouveau. Mentre Benjamin è impegnato nella sua insuperata riscrittura del moderno, un'impresa che lo vede in vita sempre più isolato e marginalizzato, si assiste a un approfondimento più tematico dell'estetica industriale: Herbert Read esplora i nessi formali tra arte e industria, mentre Lewis Mumford e Sigfrid Giedion studiano lo sviluppo della tecnica e della cultura tecnologica che ne consegue esplorandone anche i risvolti estetici. Si tratta di grandi affreschi che tentano la non facile operazione di riformulare prima storicamente e in seconda battuta concettualmente i rapporti fra arte e tecnica. Una tendenza che troverà una sua sintesi nel lungo percorso di Maldonado che, partendo da un'analisi complessiva dell'oggetto, si risolve nell'equivalenza tra l'esteticità del prodotto e la qualità dell'ambiente nel segno di una progettazione critica.

Anche l'estetica italiana ha concorso con originalità a questo momento storico-critico soprattutto negli anni Cinquanta. L'obiettivo principale fu quello di sganciarsi dall'eredità dell'estetica di Croce che aveva affermato l'esclusione della dimensione tecnico-pratica nel concetto di estetico. In Antonio Banfi tramite la nozione di arte funzionale, si rileva un primo tentativo di superamento di un'estetica concepita esclusivamente come sfera autonoma. Una direzione che troverà immediata eco in due suoi allievi: Enzo Paci, appoggiandosi agli strumenti della fenomenologia, sottolineerà il ruolo sociale dell'estetica applicata e segnatamente del design come progettazione del possibile, mentre Dino Formaggio, recuperando da Banfi la nozione di artisticità e rileggendo la concezione della morte dell'arte di Hegel, farà delle possibili applicazioni della *techne* moderna uno dei perni di una riflessione che si apre alle dimensioni funzionali del progetto. L'estetica applicata rivela pertanto null'altro che l'intima esigenza di un'integrazione estetica che la tecnica richiede dal suo interno. I continui e numerosi interventi di Gillo Dorfles saranno tesi proprio a coordinare criticamente la configurazione di un'estetica industriale inevitabilmente immessa nel quadro sempre più problematico della cultura di massa e del consumo simbolico.

Diversa la prospettiva di Giulio Carlo Argan che sviluppa nell'arco di quarant'anni una complessa riflessione in particolare sul design. Una ricognizione che partendo da un'idea di design civile passa attraverso la diagnosi di uno smarrimento ideologico, per giungere fino a una teorizzazione della crisi del design come crisi complessiva della città e di irrisolto superamento del sistema tecnico delle arti all'interno dell'universo industriale.

Il consolidamento della cultura di massa negli anni Cinquanta e l'incremento sia della domanda che dell'offerta dei beni di consumo ridefinì profondamente l'interrogazione sull'estetica applicata. La cultura pop si rilevò l'espressione più organica a queste nuove istanze sociali. Il critico e storico dell'arte inglese Reyner Banham individuò nella consumabilità (*expendability*), accompagnata dall'iconicità (*imageability*), la natura del prodotto industriale moderno, mentre l'artista pop e docente di design Richard Hamilton analizzò le caratteristiche dell'oggetto pop rimarcandone l'esteticità istantanea ed effimera. Negli stessi anni in Francia Barthes accostandosi all'oggetto quotidiano introdusse la possibilità di un'indagine semiologica aprendo di fatto i prodotti del quotidiano all'analisi semiotica.

A seguirlo in questo indirizzo fu in un primo momento Baudrillard che tematizzò la funzionalità degli oggetti come un sistema autoreferenziale di segni evidenziandone l'inedita autonomia rispetto al soggetto. Similmente Max Bense e Abraham Moles avviarono l'esplorazione estetica dei prodotti industriali dal punto di vista della teoria dell'informazione, interpretando l'oggetto il primo tramite la categoria di bello tecnico, il secondo come sintesi di complessità strutturale e complessità funzionale. Ma l'estetica industriale fu sottoposta anche al vaglio della teoria critica della Scuola di Francoforte: Adorno, oltre alla nozione di industria culturale, evidenziò le contraddizioni ideologiche del funzionalismo del movimento moderno, mentre Marcuse identificò i beni di consumo della società del benessere come bisogni indotti. E ci fu chi come il sociologo francese Laurent Wolf che riprese questa impostazione nella sua interpretazione del design, identificato come la massima espressione dell'estetica del neocapitalismo. Al filosofo marxista tedesco Wolfgang Fritz Haug si deve invece una lettura dell'estetica applicata come estetica delle merci e strumento di coesione sociale dell'ideologia borghese. Questo quadro va completato con il grande mosaico teorico che si è composto a partire dalla seconda metà degli anni Settanta. Baudrillard soprattutto ha individuato nel simulacro la nuova figura dell'oggetto industriale, ormai totalmente svincolato dal valore d'uso e risolto definitivamente nel valore segno. Tuttavia la necessità di orientarsi in un territorio sempre più complesso fu sollevata da Giovanni Klaus Koenig, ricorrendo ancora agli strumenti della semiotica.

Il postmoderno e l'estetica diffusa, una volta inglobato il kitsch, hanno estremizzato la dimensione estetica dell'oggetto spesso costruendo una sorta di parodia della stessa estetica applicata. In questo dibattito ancora aperto vanno segnalati, tuttavia, alcune interpretazioni critiche del design, espressione sempre più compiuta e condivisa dell'estetica applicata: inteso o come inflazione ideologica ed estetizzazione acritica (Hal Foster), o come narrazione interna ai nuovi sistemi dell'economia dell'immaginario (Fulvio Carmagnola), o, infine, come passaggio agli scenari della cultura immateriale, l'oggetto d'uso che si muta in non-cosa, in codice informativo (Vilém Flusser).

Questo il quadro storico, probabilmente incompleto e non esaustivo, ma che certamente consente di comprendere le difficoltà di impostare concettualmente un'estetica applicata, lo sforzo di sganciarsi da categorie secolari che erano utilizzate in primo luogo, se non esclusivamente, per indagare le opere d'arte e non gli oggetti comuni. L'estetica applicata consente un ripensamento dell'estetico? O si tratta piuttosto di una transizione storica che è concisa con la fase finale delle rivoluzioni industriali. Se Argan ha sostenuto, ad esempio che l'arte ha vissuto un proprio tempo e poi ha trovato una sua morte essendo incapace di riformularsi nei processi produttivi industriali, non si può dire lo stesso degli oggetti dell'estetica applicata che ormai hanno occupato in modo autoreferenziale lo spazio che prima era dell'arte? L'estetica applicata nei suoi centocinquant'anni di (breve) storia ha estetizzato ogni cosa rendendo difficile, nella sua presunta istantanea facilità, ogni tipo di giudizio estetico. Le categorie che sono state approntate, dibattute, confutate, sono categorie concettuali o sono formulazioni già storicizzabili e quindi superate e superabili? Quando tutto è estetico nella sua applicabilità alla realtà, come si può riconoscere l'estetico? Forse significa questo riconcepire l'estetica?»

Bibliografia

Argan, G.C., 2003: *Progetto oggetto*, Medusa, Milano.

Banham, R., 1981: *Design by Choice*, Academy Editions, London.

Baudrillard, J., 1968: *Le système des objets*, Gallimard, Paris. Trad. it. *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 2003.

Desideri, F., 2012: *I Modern Times di Benjamin*, in W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Donzelli, Roma, 2012, pp. VII-XLV.

Formaggio, D., 1981: *L'arte, il lavoro e le tecniche*, in *Trattato di estetica*, a cura di M.

Dufrenne e D. Formaggio, Mondadori, Milano, II vol., pp. 101-145.

Formaggio, D., 1981b: *La funzionalità progettuale diffusa e le arti artigianali*, in *Trattato di estetica*, cit., II vol., pp. 337-359.

Francalanci, E., 2006: *Estetica degli oggetti*, il Mulino, Bologna.

Lux, S., 1973: *Arte e industria*, Sansoni, Firenze.

Maldonado, T., 1976: *Disegno industriale: un riesame*, Feltrinelli, Milano.

Maldonado, T., 1979: *Tecnica e cultura. Il dibattito tedesco fra Bismarck e Weimar*, Milano, Feltrinelli.

Vitta, M., 2012: *Il rifiuto degli dei. Teoria delle belle arti industriali*, Einaudi, Torino.

Bibliografia essenziale

Opere di carattere generale:

Dufrenne, D. Formaggio, Trattato di Estetica, Mondadori, 1981

S. Givone, Storia dell'Estetica, Laterza 1988

Norbert Schneider, Storia dell'Estetica, Neri Pozza, 2000

Sul Design e la Storia del Design

F. Bologna, Dalle arti minori all'industrial design, Laterza 1972

T. Maldonado, Disegno industriale, un riesame, 1976

R. De Fusco, Storia del Design, Laterza 2002

Estetica del Design:

S. Lux, Arte e industria, Sansoni 1973

E. Francalaci, Estetica degli oggetti, Il Mulino 2006

Oggetti e cose:

G. Kubler, La forma del tempo, Einaudi, 1976

F. Desideri e G. Matteucci, Dall'oggetto estetico all'oggetto artistico, Firenze 2006

R. Bodei, La vita delle cose, Laterza 2009

Bruno Munari, Artista e Designer, Laterza, 1971

La Merce

Baudelaire, Scritti sull'arte, Einaudi, 1994

Marx, Il Capitale, Editori Riuniti, 1977

G. Lukas, Storia e coscienza di classe, Sugar 1991

F. Perlman, Il feticismo delle merci, Lampugnani 1972

H. Marcuse, Sul carattere affermativo della cultura, in Cultura e società, Einaudi 1982

L'Oggetto industriale

G. Semper, Estetica pratica, Laterza 1992

A. Pinotti, Il corpo dello stile, Mimesis 2001

J. Ruskin, Opere, Laterza 1987

W. Morris, Opere, Laterza 1985

Oggetti e società

G. Simmel, Arte e civiltà, ISEDI, 1976

G. Simmel, La Moda, Mondadori, 2001

T. Veblen, Teoria della classe agiata, Edizioni di Comunità, 1999

Forma e funzione

T. Maldonado (a cura di), Tecnica e cultura, Feltrinelli 1979

F. Dal Co, Teorie del moderno, Laterza 1987

Gropius; Architettura integrata, Il Saggiatore, 1994

G.C. Argan, Walter Gropius e la Bauhaus, Einaudi 2010

Oggetto e ornamento

M. Carboni, il problema dell'ornamento, Aesthetica, 1993

E. Di Stefano, Estetiche dell'ornamento, Mimesis, 2006

E. Bloch, Ornamenti, Armando, 2012

Critica e cultura del progetto:

W. Benjamin, L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, Donzelli, 2012

F. Desideri, l'opera d'arte nell'epoca della tecnica, Pendragon, 1995

H. Read, Arte e industria, Lerici 1962

L. Mumford, Arte e tecnica, Edizioni di Comunità, 1961

T. Maldonado, La speranza progettuale, Einaudi, 1970

Sul rapporto arte e tecnica:

S. Giedion, L'era della meccanizzazione, Feltrinelli, 1967

F.D. Klingender, Arte e rivoluzione industriale, Einaudi, 1972

L. Dolza, Storia della tecnologia, Il Mulino, 2008

L'estetica italiana e il Design:

A. Banfi, L'arte funzionale, in Filosofia dell'arte, Editori riuniti, 1962

R. Assunto, Industrial Design, Edizioni di Comunità, 1959

G. Dorfles, Il divenire delle arti, Bompiani, 2002

G. Dorfles, Le oscillazioni del gusto, Einaudi, 1992

Estetica italiana del Novecento:

P. D'Angelo, L'estetica italiana del Novecento, laterza 1997

V. Gregotti, Il disegno del prodotto industriale; Italia 1860-1980, Electa, 1982

A. Pansera, Storia del Design industriale italiano, Laterza 1993

R. De Fusco, Made in Italy. Storia del Design italiano, laterza 2007

Il Design come bello di massa:

R. Banham, Architettura della Seconda Età della Macchina, Electa 2004

A. Mecacci, l'estetica del Pop, Donzelli, 2011

L'Oggetto semiotico:

R. Barthe, Elementi di semiologia, Einaudi, 1966

U. Eco, La Struttura assente, Bompiani 1968

R. De Fusco, Una semiotica per il Design, Franco Ageli, 2007

M. Bense, Estetica, Bompiani, 1974

A. Moles; Teoria dell'informazione e percezione estetica. Lerici, 1969

B. U. Eco (a cura di), Estetica e teoria dell'informazione, Bompiani, 1972

W. F. Haug, Sulla critica dell'estetica delle merci, Unicxopli, 1986

Al di là dell'oggetto:

J. Baudrillard, La società dei consumi, Il Mulino, 2008

A. Moles, Il Kitsch, l'arte della felicità, , Officina, 1979

G.Dorfles, Il Kitsch, Antologia del cattivo gusto, Mazzotta, 1968

F. Carmagnola, Luoghi della qualità, Estetica e Tecnologia nel postindustriale,. Domus Academy, 1991

V. Flusser, Filosofia del Design, Bruno Mondadori, 2003