

La vita degli oggetti. Il *Made in Italy* come resistenza umanistica

Alessandro Mendini

(intervista a cura di Daniele Balicco e Davide Ferri)*

Davide Ferri: *Vorremmo cominciare la nostra conversazione sul Made in Italy partendo dalla sua prefazione all'ultimo libro di Chiara Alessi intitolato Dopo gli anni zero. Il nuovo design italiano.¹ Le vorremmo chiedere qual è il suo giudizio personale sulle novità estetiche e tecnologiche di questi ultimi anni.*

Alessandro Mendini: Nel suo libro Chiara Alessi conduce un'analisi quasi ossessiva dell'attività dei designer italiani di oggi, quelli che hanno più o meno attorno ai trent'anni. Considera cento designer e li divide in categorie, cercando di captare i caratteri del loro comportamento in rapporto a un contesto oltremodo sfavorevole, perché le industrie stanno morendo e le scuole non insegnano. Questo libro è un tentativo di capire che cos'è o se si può ancora parlare di italianità nel design contemporaneo. Nella mia prefazione ho definito questi trentenni «designer enigmisti»: professionisti, cioè, che lavorano con precisione ossessiva, come se dovessero risolvere un rebus. Come è noto, il rebus è un gioco formalistico, una specie di esercizio chiuso in sé che pretende una risoluzione di grande intelligenza, ma che, nello stesso tempo, è privo di un obiettivo reale. Ecco: con il concetto di «designer enigmisti» intendo proprio definire questo nuovo modo di progettare senza un obiettivo reale. Ed è drammatico. Al contempo però è solo da una situazione simile che può nascere qualcosa di nuovo. In questi ultimi anni si presta molta attenzione, per esempio, a risolvere problemi pratici familiari: costruisco un giocattolo perché ho un bambino e voglio che giochi con oggetti ecologici. Oppure: costruisco degli utensili da cucina perché voglio imparare a cucinare. È una situazione politicamente disimpegnata, in cui l'impegno è introverso, e che ci porta a discutere di piccoli problemi concettuali interessanti, come quelli legati all'ergonomia. Nello stesso tempo però sono convinto che bisognerà trovare un modo per recuperare una radicalità, nella tecnica

* Ringraziamo Camilla Panichi per aver collaborato alla trascrizione dell'intervista.

¹ Laterza, Roma-Bari 2014.

e nell'ideologia; magari riuscendo a produrre nuovi shock percettivi, per esempio usando le nuove tecnologie sperimentali 3D dei *Makers*.

Daniele Balicco: *Nella nuova realtà produttiva che ha appena descritto, gode ancora di valore simbolico la possibilità di sfruttare, nella vendita del prodotto progettato, il marchio Made in Italy?*

A.M.: Nel mercato internazionale il marchio *Made in Italy* ha ancora un forte valore, simbolico ed economico. Un oggetto che riporta sull'etichetta questa indicazione acquista di per sé un sopravalore che si traduce nel prezzo della merce. Faccio un esempio. Ho fatto una lampada in Corea, tramite una società che lavora con la Samsung, dunque una ditta molto sofisticata dal punto di vista tecnologico. Perché quella lampada assuma un valore commerciale in Corea, è necessario credere che sia stata fatta a Milano; viene costruita là, ma è inventata e concepita (compreso il packaging e la grafica) in Italia. Per questa ragione, la lampada riporta il mio nome e la provenienza. Questo ci fa capire che esiste una mitologia del *Made in Italy*, sparsa ovunque, che ha determinate caratteristiche che probabilmente derivano dal Rinascimento, dalle botteghe e dall'artigianato. Del resto, io stesso a volte ho la sensazione di progettare come si progettava in passato; esclusi i computer, che sono degli strumenti di lavoro, la mentalità con la quale io lavoro è artigianale. Soprattutto quando decido di lavorare con materiali raffinatissimi, opero con le medesime modalità di progetto proprie delle grandi scuole tradizionali, come per esempio quella della porcellana tedesca o dell'argenteria inglese.

D.B.: *Ci può spiegare in che modo riescono a convivere oggi, anche produttivamente, vecchio artigianato Made in Italy e auto-produzione digitale in 3D?*

A.M.: Il problema vero è che mentre stiamo assistendo a un vero e proprio boom del nuovo artigianato digitale, quello dei cosiddetti *Makers*, salvo alcune eccezioni le botteghe degli antichi mestieri stanno scomparendo. In Francia, per esempio, tutte le volte che ho lavorato con gli artigiani di Hermès o Cartier, ho sempre trovato una difesa retorica molto forte del "saper fare francese". Ancora oggi, molti mestieri – come la lavorazione della pelle, l'intaglio del legno o la lavorazione delle pietre preziose – sono organizzati in Francia in corporazioni chiuse, che proteggono il loro *know-how* come una specie di nobiltà medievale. Mentre altre forme di artigianato che stavano scomparendo (per esempio l'artigianato delle piume, che è quello che produce i corsetti), per lo più legate a piccoli laboratori nel centro di Parigi, sono state acquistate direttamente da Chanel. La maggior parte di questi negozi sono kitsch, però se il committente di piume è Dolce e Gabbana hanno una sorta di riscatto; allo stesso modo di quando, un tempo, chi ordinava del legno intagliato a vecchi falegnami milanesi era Ettore Sottsass. Anche in Italia, a dire il vero, si cerca di pro-

teggere alcune tradizioni artigianali che stanno morendo, come in Sicilia o nell'isola di Murano, perché l'artigianato *Made in Italy* gode ancora di grande successo internazionale ed è per altro quello che discende direttamente dal Rinascimento e dal suo modello interdisciplinare di lavoro di bottega.

Se ci spostiamo invece nel campo dell'auto-produzione digitale in 3D il panorama è molto diverso. Oggi ci sono molti giovani professionisti che, a causa della crisi delle aziende del mercato italiano e del sovrannumero di designer usciti dalle scuole, fanno gli auto-produttori. Anziché aprire uno studio professionale, comprano tre macchine, acquistano i materiali semi-lavorati nei grandi centri commerciali come Brico e, per esempio, lavorano il legno producendo sedie in pezzi unici, anziché in plastica in dieci mila copie. Se si vuole, questo fenomeno è una specie di rigenerazione di autarchia ed è molto interessante dal punto di vista della creatività, perché ormai la grande scuola del design italiano ha fatto il suo tempo; i ragazzi di venticinque anni quasi non conoscono più i grandi maestri. Si tratta di un passato che non si studia quasi più, nemmeno a livello di storia del design. È come se ci trovassimo di fronte a un terremoto. Il baricentro culturale del design, ancora trent'anni fa, stava in Europa, con l'Italia, il Bauhaus e l'empirismo anglosassone. Questo baricentro si è poi spostato verso il Giappone e quindi la Cina, che oggi è molto agguerrita, anche se si muove soprattutto sul terreno del design della virtualità, come telefonini o computer. Non si può pensare che un europeo sappia fare bene questi oggetti, salvo qualche eccezione, come in Finlandia.

D.F.: *Come è distribuita la rete produttiva dei Makers in 3D?*

A.M.: Come una fittissima rete internazionale presente pressoché ovunque. Questo vuol dire che, se devo costruire un determinato oggetto, trovo il laboratorio adatto ovunque. Si azzerano così tutta una serie di spese, come quelle di spedizione e di trasporto. Per esempio: sto facendo costruire un vaso molto complesso, in stile barocco, che nessuno stampo potrebbe realizzare: è un lavoro per una stampante 3D. Noi lo abbiamo disegnato, dopodiché lo possiamo allungare, accorciare, appiattare, ma a realizzarlo sarà una di queste pseudo-fabbriche di Rotterdam, che abbiamo scelto, e lo faranno in un tempo brevissimo, e con qualunque tipo di materiale. Questa metodologia mette in relazione diretta il progetto del designer con chi lo realizza. È un'attitudine sovranazionale, una grande rete di capacità progettuali che si intersecano. Del resto oggi perfino le macchine di Formula Uno sono costruite parzialmente con questa tecnologia; e proprio in Italia. Anzi, è uno dei settori di punta del nostro nuovo artigianato informatico post-industriale. Oggi si realizza molto con le stampanti 3D, compresi i motori, il cui progetto non è più realizzato solo attraverso il lavoro di un'officina meccanica.

La vita degli
oggetti.
Il *Made in Italy*
come resistenza
umanistica

D.B.: *In questo contesto ipertecnologico e internazionalizzato mi sembra davvero difficile definire una corrispondenza netta fra Made in Italy e identità culturale nazionale.*

A.M.: È verissimo. In molti casi, oggi capire l'oggetto *Made in Italy* è quasi un sofisma. Una lampada è composta di varie parti; alcune sono fatte in Italia, altre in Cina. Queste ultime vengono spedite in Italia e poi assemblate, per cui la lampada riporta il marchio *Made in Italy*. Tuttavia, per sciogliere questi dilemmi, si può sempre provare a ragionare sulla storia di medio-lungo periodo. Ogni anno, in aprile, alla Triennale di Milano si apre un'attività espositiva che si chiama Museo del design. Quella del 2014 si chiamerà *Il Design Italiano oltre la crisi. Autarchia austerità auto-produzione*. Verrà proposta un'analisi del progetto autarchico italiano, a cominciare dai materiali inventati durante il fascismo – come il VIS Securit, il Linoleum o la masonite, materiali per altro molto interessanti – fino ad arrivare all'auto-produzione italiana di questi ultimi anni. Come dicevo prima, questo nuovo contesto iper-tecnologizzato sembrerebbe quasi riproporre una nuova forma di autarchia. Ma dobbiamo stare attenti, perché il richiamo a un modello autarchico può essere molto ambiguo e può sfociare in un'ideologia reazionaria.

D.B.: *Restando su una storia di medio periodo, a me interesserebbe capire come è nato il mito del Made in Italy. Vorrei ragionare con lei sulla famosa mostra Italy: The New Domestic Landscape, curata da Emilio Ambasz ed allestita al MoMA di New York nel 1972. Visto dagli Stati Uniti il Made in Italy apparve allora come una realtà estetica innovativa ed omogenea, anche se in realtà, all'interno di quella mostra, le posizioni teoriche ed estetiche erano diverse, e perfino conflittuali fra di loro. Mi interesserebbe capire qual è stato il suo giudizio di allora e se, a distanza di anni, ritiene che sia possibile considerare questa mostra come uno dei momenti fondativi del mito del Made in Italy.*

A.M.: È stata una mostra molto importante, nata dall'intuizione geniale di Emilio Ambasz. Ancora giovanissimo, è riuscito a descrivere un panorama italiano di oggetti che riassumevano dei "caratteri" che poi sono gli stessi di cui stiamo parlando insieme oggi. Nella mostra erano infatti presenti sia design che contro-design.

D.F.: *Dunque non si partiva dal design radicale, perché la mostra prendeva in considerazione anche momenti precedenti.*

A.M.: Sì. C'era infatti Mario Bellini, che ha presentato un progetto radicale con l'automobile Karasutra. In questa mostra, il design italiano è stato inteso come design scultoreo. Un design, cioè, che predilige la forma alla funzione, immediatamente distinguendolo così da un design tedesco, come quello del Bauhaus, che invece fa prevalere la funzione sulla forma. La prevalenza della forma sulla funzione è un tratto tipico degli oggetti italiani,

ma chiaramente ci sono delle varianti: per esempio Marco Zanuso è stato più funzionalista di Luigi Colani. Dieter Rams è un purista del funzionalismo, ma è stato un grandissimo poeta: i suoi oggetti sono vere opere d'arte.

D.F.: *Vorrei tornare al Made in Italy. La sua esperienza diretta ci riporta al discorso sul design italiano che va costruendosi a cavallo tra anni Sessanta e Settanta, attraverso la mostra del MoMA e la narrazione che è stata fatta in quel periodo da «Casabella». Però mi piacerebbe sapere, più in generale, quali sono secondo lei i momenti della storia del design che formano questa specifica immagine dell'Italia e del Made in Italy.*

A.M.: A mio avviso i passaggi fondamentali per capire il *Made in Italy*, per lo meno come design, sono il Rinascimento, il Futurismo di Fortunato Depero, senza il quale la mia esperienza non sarebbe stata la stessa, il Liberty e gli anni Trenta – periodo di autarchia, incarnato da grandi architetti-designer che hanno prodotto degli oggetti estremamente interessanti. Penso al primo Giò Ponti, a Emilio Lancia, Tommaso Buzzi, Piero Portaluppi. Quindi, personalmente, io non vedo un'origine solo nel dopoguerra, o nel Sessantotto o negli anni Settanta. Sicuramente il periodo della ricostruzione è stato fondamentale per l'invenzione degli oggetti-massa, come la Vespa. Ma è una storia di lungo periodo e tra i vari momenti si è inserita, come una sorta di lente d'ingrandimento, la mostra del '72.

D.B.: *Non crede che con quella mostra sia diventata riconoscibile, perché posta all'esterno del paese e da un'istituzione internazionalmente prestigiosa come il Moma, un'idea precisa di via italiana alla modernità?*

A.M.: La mostra al MoMA ha dato la possibilità di mettere a fuoco questa modernità italiana, ma non solo; ha rappresentato anche un momento di confronto per i designer italiani, che per la prima volta, me compreso, si sono ritrovati raccolti attorno allo stesso evento. Fino a quel momento i designer erano stati piuttosto isolati. I momenti collettivi sono stati rari, come rara è stata l'organizzazione attorno a delle scuole.

D.B.: *In questi ultimi anni – un po' come per il design italiano con la mostra del 1972 – è stata inventata negli Stati Uniti una nuova categoria che definisce la filosofia italiana, soprattutto quella elaborata a partire dagli anni Sessanta, come un laboratorio omogeneo: l'Italian Theory. Nonostante il rischio di semplificazioni e accostamenti impropri, questa categoria ci consente comunque di riflettere dall'esterno almeno su una delle qualità più evidenti del nostro modo di impostare la riflessione teorica. La formazione tipica di un intellettuale italiano, infatti, è abbastanza eccentrica rispetto allo standard occidentale, perché è tutta orientata sulla storia. In Italia abbiamo una capacità, che deriva probabilmente dalla nostra formazione liceale, di spostarci nel tempo. Gli studiosi italiani tendono ad avere una visione d'insieme più che a lavorare sui dettagli.*

La vita degli
oggetti.
Il *Made in Italy*
come resistenza
umanistica

A.M.: Sì, la capacità di muoverci sulla storia di medio o lungo periodo è indubitabilmente una qualità che ci connota. Non credo sia però ancora così forte, per lo meno se penso ai giovani designer studiati da Chiara Alessi nel suo volume. Comunque sia, le voglio raccontare un aneddoto che illustra, credo abbastanza bene, per lo meno il mio modo di interpretare il tempo. Nel 2010 sono stato incaricato di allestire una mostra per il Museo del design della Triennale di Milano che ho chiamato *Quali cose siamo*. Il tema era, ancora una volta, il design italiano. Tutto è cominciato dal *phaselus* di Catullo: mi sono fatto disegnare un'immagine da uno specialista di storia delle navi romane. La poesia di Catullo che parla del *phaselus* «Phaselus ille, quem videtis» è il Carme 4. Io l'ho interpretata come l'inizio di un modo critico di vedere gli oggetti. E così tutto è partito, da un breve testo di oltre duemila anni fa. Ho voluto impostare quella mostra sul fatto che noi siamo rappresentati dagli oggetti dei quali ci circondiamo, che tra loro non hanno alcun rapporto diretto, ma di cui abbiamo bisogno. Questi oggetti determinano il nostro modo di comportarci. Ne ho scelti circa ottocento, basandomi soprattutto sulla mia memoria e sugli oggetti adoperati da personalità della nostra cultura. Volendo rappresentare l'Olivetti mi sono fatto dare la Lettera 22 di Montanelli; volendo rappresentare un abito degli anni Trenta, mi sono fatto rifare l'abito grigio di Totò dal sarto dell'attore. Ho inserito l'accappatoio di Gaetano Marzotto e le bottiglie che Morandi ha dipinto nei suoi quadri. A questo punto, ho costruito un sistema di rimandi, per esempio accostando i bicchieri di Sambonet alle bottiglie di Depero e il quadro di Boccassile per Campari. Si trattava quindi di una mostra sulla vita degli oggetti e non sul progetto o la realizzazione. Era cioè un gioco romantico. È del resto questa la mia visione delle cose: io penso che il futuro stia in un'attitudine letteraria e non in una ipertecnologica. Sono due modi radicalmente opposti di concepire le forme, gli oggetti e la vita.

D.B.: *Vorrei chiederle qual è stato il rapporto tra la sua formazione intellettuale e la Milano degli anni Sessanta, che in quegli anni è stata centro nevralgico dei movimenti di politicizzazione di massa. C'è qualcosa, secondo lei, che lega il radicalismo di questi anni al modo cui è stato praticato il mestiere di architetto e di designer come lavoro intellettuale?*

A.M.: Personalmente mi sono occupato di molte cose, in maniera infra-disciplinare, legandole tra loro sulla base di un intimismo del comportamento. Il mio lavoro è un po' autobiografico e per questo non può costituire un esempio. Durante gli anni Sessanta ho diretto per cinque anni la rivista «Casabella». Per un anno, ho fatto il capo-redattore e lavorato sotto un altro direttore, facendo coppia con il grafico AG Fronzoni, un marxista, calvinista, ortodosso, duro, che vestiva di nero anche il sedici agosto. Mi ha molto condizionato la sua purezza. Contemporaneamente

però, ero stato molto colpito da una piccola immagine che avevo visto in un libro di Gillo Dorfles, e che riproduceva il primo Goetheanum di Rudolf Steiner. Mi sono trovato così da subito fra due fuochi: quello del purismo e quello dell'espressionismo. Nel 1968 ho portato nella rivista collaboratori come il gruppo Superstudio, Archizoom, Gaetano Pesce, Ettore Sottsass, Michele De Lucchi, con cui abbiamo trasformato «Casabella» in una specie di bollettino dell'architettura radicale. Trascorso questo quinquennio, ho lavorato per cinque anni a «Modo», una rivista interdisciplinare. Dopo questa esperienza, verso la metà degli anni Ottanta, ho lavorato con la rivista «Domus», che ha rappresentato per me il periodo del postmoderno. Durante questi quindici anni di lavoro, le riviste hanno occupato il 70% del mio tempo, mentre ai margini progettavo il manifesto Alchimia, che ha avuto tempi piuttosto lunghi di elaborazione.

D.F.: *Un aspetto che ci interessa approfondire è il periodo della sua seconda direzione a «Domus», la più recente. L'impressione è che quella direzione le abbia posto più problemi riguardo al racconto del presente o del futuro.*

A.M.: Comincio dall'esperienza di «Domus». Era il Natale 2009 e nell'arco di due giorni mi hanno proposto di dirigere la rivista, in cui c'era Joseph Grima, pronto a diventare direttore, ma non ancora sufficientemente organizzato. Ho deciso di accettare, ma solo per un anno, undici numeri, perché per me era un periodo di lavoro intenso e perché so quanto è difficile fare bene una rivista. Il meta progetto di una rivista implica uno slogan, un percorso da seguire. Io mi sono dato quello della "Nuova Utopia": sono andato alla ricerca di utopie e questa ricerca è molto simile a quella che ho fatto per la Triennale. Ho cercato nelle mie memorie, non nell'attualità, creando un gioco di rimandi che consideravo interessanti, per esempio lo spazio fisico degli studi d'artista come quello di Frank Stella o di Francis Bacon; le abitazioni di Jung, compreso il libro rosso; lo studio di Freud, che aveva settemila idoli nelle vetrinette, tutti nella stessa stanza; certe architetture utopiche contemporanee, come quelle di Rem Koolhaas, oppure il Palazzo delle bolle (*Palais Bulles*) vicino a Cannes, acquistato da Pierre Cardin negli anni Settanta. Ho miscelato tutti questi elementi, ma a conclusione di questo esperimento ho capito che oggi non ci sono utopie sulle quali lavorare. È un momento di empirismo, anzi di pragmatismo. Le cose veramente nuove stanno nella virtualità delle macchine. La politica non suggerisce utopie, forse l'Umanesimo sì, ma compare solo attraverso i messaggi del cinema o dei romanzi. Nei progetti l'Umanesimo è assente. C'è un territorio pericolosissimo che è quello del design-arte, per il quale si produce l'oggetto iperculturizzato, sul quale io stesso lavoro, però sono soddisfazioni solipsistiche, nel senso che se una persona fa un oggetto, magari bellissimo, lo fa per il piacere di usare un materiale, per il piacere di credere di fare una bella forma, ma non lo fa per qualcuno. È un po' il vizio dell'arte.

La vita degli
oggetti.
Il *Made in Italy*
come resistenza
umanistica

D.B.: *In molti suoi scritti lei dice che bisognerebbe iniziare a capovolgere la logica e partire dal corpo. Di solito si parte dalle città, poi ci sono le case, poi gli abiti e alla fine arriva il corpo. Invece dovremmo iniziare a cambiare il modo di ragionare e di progettare partendo dall'esigenza del corpo e da lì muoversi verso un tipo di forme e di spazi completamente diversi che recuperino la ritualità dell'essere umano. Mi ha molto colpito una sua frase: «Un modo, quello dell'antropomorfismo nell'architettura, di reagire all'eccesso delle popolazioni di edifici, di oggetti sempre più estranei alla psiche umana che invadono il globo e sostituiscono, alle forme naturali della popolazione vivente e della terra stessa, la loro scostante innaturalità».² Questo secondo me è un tema centrale per capire quello che è successo all'Italia negli ultimi trenta-quaranta anni.*

A.M.: Non credo però sia un problema solo italiano. So solo che per me è importante considerare le forme architettoniche in una chiave antropomorfa. Prima parlavo del Goetheanum di Rudolf Steiner. Questa struttura ha la forma di un teschio, così come lo Stupa nepalese (Chaitya) ha la pancia, si entra nel ventre e sopra c'è un personaggio con gli occhi, cosa che ha fatto anche Niki De Saint Phalle in alcune sue figure. A me è capitato spesso di dare a un oggetto, quando era possibile, occhi e bocca. È quello che ho fatto con il mio cavatappi *Anna G.* per Alessi, che è diventato un best seller e che adesso compie venti anni. È un oggetto che interloquisce con chi ne fa uso. Ha gli occhi, ti sorride, alza le braccia. Io credo che sia importante il coinvolgimento intimo che le forme, anche architettoniche, riescono a generare. Per questa ragione ho provato ad allontanarmi dall'ossessione per la mascolinità dell'architettura contemporanea, dall'esposizione monotona di tutti questi falli, messi uno accanto all'altro. Il mio modo di vedere l'essere umano, e quindi l'urbanistica, è completamente diverso. Quando ho realizzato la *Poltrona Proust* ho capito che il mio modo di realizzare una forma estetica valuta la qualità dell'insieme come somma delle qualità delle singole parti. È un'idea che deriva dal piacere che provo tanto per la pittura puntinista che per quella fiamminga di Bosch. Questo mi ha progressivamente portato anche all'uso del mosaico, che per me è, di fatto, una pietra filosofale. Un quadratino col quale puoi coprire il mondo è un miracolo che esprime il valore del particolare.

D.F.: *Come è avvenuto il suo passaggio dal radical design alla collaborazione con grosse aziende come Alessi?*

A.M.: Il momento radical è stato molto politicizzato; la realtà politica era ben definita e noi eravamo schierati a sinistra. Con l'emergere di altri gruppi, come i giovani designer di Superstudio, l'industria ha capito il valore di quello che stavamo facendo. Proprio in quel periodo Andrea Branzi, con il suo gruppo, ha iniziato a lavorare in un centro di ricerca

2 A. Mendini, *Architettura addio*, Shaekespeare & Co, Milano 1981, p. 65.

della Montedison. Per quanto mi riguarda, dopo la collaborazione con «Casabella», ho cercato di mettere insieme un'altra rivista, «Modo», che è stata finanziata da una decina d'industrie tra cui Flos, Kartell e Alessi. Confrontandomi periodicamente con gli industriali, sono diventato amico di Alberto Alessi. Da quel momento, Alessi mi ha dato l'incarico di fare un'analisi storica del prodotto dell'azienda sin dalle origini e di formulare delle strategie. Ne è nato un libro, *Paesaggio casalingo. La produzione Alessi nell'industria dei casalinghi dal 1921 al 1980*,³ impaginato da Bruno Munari, con fotografie di Davide Mosconi e disegni di Tiger Tateishi. In questo libro ho formulato alcuni progetti pilota come *Tea & Coffee Piazza* (1983), un servizio da tè e caffè disegnato come miniaturizzazione di una piazza, al quale ho fatto lavorare architetti come Arata Isozaki e Micheal Graves, che ancora non avevano mai fatto design. Era un lavoro tipicamente postmoderno, ed è stato un momento di affermazione dell'Alessi come grande industria del *Made in Italy* che lavorava con progettisti stranieri.

La vita degli
oggetti.
Il *Made in Italy*
come resistenza
umanistica

D.B.: *In conclusione le propongo un'ipotesi di lettura di questi ultimi cinquant'anni. Guardandola retrospettivamente, la storia dei laboratori italiani di forme estetiche diviene interessante nel momento in cui questi laboratori progettano un'ipotesi alternativa di modernità, rispetto a una modernità europea ancora intesa soprattutto come standardizzazione. La modernità italiana, incarnata nel Made in Italy, è quella che ha provato a immaginare una forma di società di massa non standardizzata, o comunque dove la standardizzazione non necessariamente equivale a omogeneità.*

A.M.: Sono d'accordo. Bisogna anche ricordarsi però che questo modo di interpretare e di affrontare le questioni poste dalla modernità deriva da un fattore preciso: dal dopoguerra a oggi, i designer italiani sono tutti architetti. Formazione, didattica e progettazione sono stati impostati come un lavoro intellettuale; alcuni hanno saputo fare sia gli architetti che i designer, altri no. Pensiamo anche solo a Giò Ponti, che di questo modello è stato uno dei massimi rappresentanti. Naturalmente non è un fenomeno solo italiano; non troppo diversa è la secessione viennese, con la poliedricità di un Hoffmann o di un Otto Wagner. Tuttavia, in particolare in Italia, e davvero per molti decenni, sono stati gli architetti a fare i designer; e questo ha impresso sulla nostra capacità di immaginare gli oggetti uno stile comune.

D.B.: *Se permette, concluderei allora questa nostra conversazione con una sua citazione: «La nostra morale è quella di chi crede che il lavoro estetico ricopra un ruolo importante per la sopravvivenza spirituale degli uomini».*⁴

A.M.: Questo è il mio mestiere.

3 Domus, Milano 1979.

4 Mendini, *Architettura addio*, cit., p. 65.