

# Op.cit.

selezione della critica d'arte contemporanea

---

Normopatia, disincanto della Carta di Venezia - Tre scultori italiani - Artefatti fluidi - Verso una critica dello snobismo - Libri, riviste e mostre - Le pagine dell'ADI

---

Electa Napoli

# Op.cit.

rivista quadrimestrale  
di selezione della critica d'arte contemporanea

*Direttore:* Renato De Fusco

*Redattori:* Roberta Amirante, Alessandro Castagnaro, Alessandra de Martini,  
Emma Labruna, Livio Sacchi

*Segretaria di redazione:* Rosa Losito

*Redazione:* 80123 Napoli, Via Vincenzo Padula, 2 - Tel. 081/7690783

*Amministrazione:* 80123 Napoli, Via Capurro, 1 - Tel. 081/5756654

Un fascicolo separato € 6.00 (compresa IVA) - Estero € 7.00

*Abbonamento annuale:*

Italia € 16.00 - Estero € 19.00

Un fascicolo arretrato € 7.00 - Estero € 8.00

Spedizione in abbonamento postale - 70%

Direzione commerciale imprese - Napoli

C/C/P n. 24514804

**Electa Napoli**

E. GARZILLO,	<i>Normopatia, disincanto della Carta di Venezia</i>	5
L. PRATESI,	<i>Tre scultori italiani</i>	17
D. RUSSO,	<i>Artefatti fluidi</i>	25
M. SBACCHI,		
A. SAVARESE,	<i>Verso una critica dello snobismo</i>	37
	<i>Libri, riviste e mostre</i>	50
	<i>Le pagine dell'ADI</i>	

*Alla redazione di questo numero hanno collaborato:* Domitilla Dardi,  
Renato De Fusco, Imma Forino, Nicola Galvan.

nota 4; S. MENEGOI, *Light Sculpture*, catalogo della mostra, Mulino 503, Vicenza 2005.

<sup>8</sup> Sul lavoro di Francesco Gennari cfr. «Francesco Gennari», catalogo della mostra al Centro Arti Visive Pescheria di Pesaro a cura di Ludovico Pratesi, Ed. Charta, Milano 2002.; «Verso il Futuro», catalogo mostra al Museo del Corso di Roma, Ed. Charta, Milano 2002; Conversazione tra Francesco Gennari e Mauro Panzera in occasione della mostra personale «Tornerò dove non sono mai stato», Galleria Tucci Russo, Torre Pellice (TO), 2005; A. BELLINI, «S.N.O.W.», cit.

<sup>9</sup> Sul lavoro di Pietro Roccasalva cfr. A. RABOTTINI, «Pietro Roccasalva», in «Flash Art», agosto-settembre 2004, p. 116; B. CASSAVECCHIA e M. SMARRELLI, *Intervista a Pietro Roccasalva*, pubblicata nel catalogo della mostra Premio Furla, edizione 2005, Bologna, Villa delle Rose, Ed. Charta, Milano 2005; C. LOUBARD, «Dissoi Logoi», testo pubblicato nel catalogo della mostra «Forse Italia», S.M.A.K., Gent, 2003; G. DI PIETRANTONIO, *La RiproRiduzione*, catalogo della mostra all'Istituto Nazionale della Grafica, Roma. Ed. Silvana Editoriale, Milano 2002.

<sup>10</sup> P. ROCCASALVA, *Le fisime di Zurvan*, testo dattiloscritto.

---

## Artefatti fluidi

---

DARIO RUSSO - MICHELE SBACCHI

Nell'universo dell'immagine grafica, si è ormai affermata una scrittura fluida e dinamica, lontana dal rigido dogmatismo del design svizzero-tedesco di matrice modernista (Scuola svizzera o *International Typographic Style*). In un recente libro sulla grafica digitale, significativamente intitolato *Free Graphics*<sup>1</sup>, sono state tratteggiate alcune corrispondenze formali tra vari ambiti di progetto – dall'architettura al disegno industriale, dalla grafica alla «tipografia» – in una tardo-modernità, la nostra, che, come suggerisce Zygmunt Bauman, ha perso i suoi punti di riferimento per assumere contorni sempre più incerti<sup>2</sup>. L'emersione di artefatti fluidi corrisponde alla modernità nella sua «fase liquida», e dipende in buona misura dal contesto tecnologico: il digitale. Se alla «modernità solida» del Movimento moderno corrispondeva una «estetica meccanica», basata su elementi semplici e tendenzialmente geometrici, agli odierni processi post-fordisti e post-industriali corrisponde un'estetica decisamente fluida.

Da qualche tempo, cominciano a brulicare oggetti fungosi dalle linee avvolgenti. Il futurologo Bruce Sterling li definisce *blobject* e ne prevede un'abbondante proliferazione: stiamo parlando di **oggetti modellati al computer e ricavati industrialmente da una sostanza collosa soffiata: creazioni di plastica arrotondate, irregolari, gib-**

bose, spesso traslucide. Per quanto siano semplicemente dei prodotti, i blobject tendono a essere polposi, pseudo-vivi e seduttivi: gommosi, facilmente afferrabili, flessibili, palpabili, tutti da accarezzare e da coccolare<sup>3</sup>. Allo stesso modo, sulle due dimensioni, abbiamo sempre più a che fare con caratteri, «tipografici», altrettanto fluidi, ben diversi da quelli tradizionali («romani», «lineari», «egiziani» ecc.). I «tipi» odierni – anzi questi *blobtype*, potremmo dire – sono meno leggibili di quelli ortodossi, se non altro per il loro look bizzarro, ma le frontiere di sperimentazione del testo sembrano orientate verso forme espressive in grado di trasmettere il messaggio attraverso una performance figurativa. Il *Blur* di Neville Brody (1992) esemplifica chiaramente lo stato dell'arte. Se la casa che lo produce, la FontShop International, lo definisce «amorfo», Lewis Blackwell si domanda fino a che punto lo si possa considerare **un bastone geometrico, per quanto con l'aspetto indistinto**<sup>4</sup>, ovvero un lineare dalle sagome «annacquate». Rimarcando l'aderenza del *Blur* allo «spirito del tempo», Claudio Castellacci e Patrizia Sanvitale mettono l'accento sulla velocità con cui le immagini si susseguono sullo schermo della TV o del computer, sulla **rapidità con cui, sui video degli aeroporti o delle stazioni, si leggono le informazioni riguardo gli arrivi e le partenze [...]** Ecco, appunto, la ragione della sfocatura del carattere *Blur* che avrebbe fatto, sì, inorridire Garamond, ma che oggi affascina i ragazzini per i quali il massimo dell'interesse è lo schermo di un telefono cellulare su cui inviare e leggere messaggi sms<sup>5</sup>.

Tuttavia, benché la tecnologia progredisca a passo di gigante, gli artefatti ripropongono talvolta forme *déjà vu*: quasi un andamento *A passo di gambero*, per citare un titolo che riassume la cifra del presente<sup>6</sup>. Alla fine dell'Ottocento, infatti, forme fluide hanno cominciato a caratterizzare strutture architettoniche, oggetti industriali (più spesso artigianali) e opere d'arte figurativa nel suo complesso. È il caso del Liberty (*Art Nouveau, Jugendstil, Mo-*

*dern Style* ecc.). Come evidenzia lo stesso Sterling: *L'Art Nouveau ha prodotto a suo tempo una cascata di oggetti d'arte eleganti, curvilinei, fatti a mano. Non si erano mai viste cose dalla forma così strana e serpentina [...]* I vasi attorti a spirale e le specchiere a goccia dell'Art Nouveau possono sembrare adatti a personaggi in piume d'airone e diademi. Eppure i blobject ne sono i legittimi eredi: anzi ne sono i vendicatori. Sono quasi altrettanto ondulati, flessibili e isterici<sup>7</sup>.

Nello stesso tempo, si afferma il manifesto moderno, quando, nelle grandi metropoli europee e statunitensi, i cartelloni pubblicitari cominciano a esibire la merce, dando luogo a uno scenario – vaporoso e frizzante – che fa da sfondo alla spettacolare modernità del *flâneur* celebrato da Baudelaire<sup>8</sup> e codificato da Benjamin<sup>9</sup>. I pittori di manifesti sono «artisti commerciali», grafici *ante litteram*: alcuni affinano una modalità comunicativa sempre più incisiva (Jules Chéret, Henry de Toulouse-Lautrec, Leonetto Cappiello); altri insistono sul valore simbolico e sul carattere espressivo dell'*affiche* (Henry Van de Velde, Jan Toorop, Alphonse Mucha). Tutti fanno tesoro di una nuova tecnica di stampa – la cromolitografia – che permette di disegnare direttamente su una matrice piana (in genere di pietra), anziché attraverso i più complicati procedimenti litografici, che implicavano una resa grafica meno rifinita. Allo stesso modo, i caratteri tipografici assumono sagome simili ai tratti del disegno (del manifesto), divenendo parte del disegno. A titolo d'esempio, segnaliamo il celebre manifesto di Toorop, per una marca di olio di arachidi, tale da scatenare una vera e propria *querelle* sull'essenza dell'arte e sulla «moralità» delle «opere commerciali». I Pre-raffaelliti, un gruppo di pittori medievalisti con i quali lo stesso Toorop simpatizzava, non avrebbero mai accettato la commistione dell'arte con uno dei prodotti più «degenerati» della già «degenerante» industria: la pubblicità<sup>10</sup>.

Qualche decennio più tardi, a partire dagli anni trenta del Novecento, quando la fruttuosa esperienza del Bauhaus era stata in Europa perno di tutta una «estetica

meccanica», basata sulla morfologia geometrico-ortogonale De Stijl (rielaborata in chiave costruttivista)<sup>11</sup>, sull'altra sponda dell'oceano, forme fluide cominciano a colonizzare buona parte del design statunitense. Alludiamo alle forme sinuose e avvolgenti dello *Styling*, che prende corpo in America tra gli anni trenta e gli anni quaranta. La linea aerodinamica – la forma «a goccia» – intrisa di significati simbolici, diventerà il minimo comun denominatore della produzione industriale americana: dal treno all'aspirapolvere. Quella linea, nata per soddisfare esigenze di carattere pratico-economico (ridurre l'attrito e la turbolenza dei veicoli per contenere le spese di carburante), era destinata a caratterizzare anche oggetti «statici», come un temperamatite o **la graffatrice più bella del mondo**<sup>12</sup>, perché passava a simboleggiare la velocità (e la modernità) in uno stupefacente mix di tecnologia ed estetica.

Nel 1940 il MoMA (Museum of Modern Art di New York) indice un concorso sull'*Organic Design in Home Furniture*. Si distinguono Charles Eames ed Eero Saarinen con sedute dalle forme veramente espressive. Quell'esperienza darà spunto a tutta una serie di arredi dalle sagome eminentemente «plastiche», intendendo qui l'esibizione espressiva della forma e l'utilizzo inedito dei materiali plastici. Si pensi alla *Tulip Chair* di Saarinen o alla *Panton Chair* di Verner Panton (una sedia-scultura), prodotte dalla Knoll International e dalla Herman Miller negli anni cinquanta: vere e proprie «conchiglie ergonomiche» o **calici tridimensionali [che] con l'eliminazione dell'angolo retto conducevano dal mondo formale delle sedie curve bidimensionali di Breuer e Aalto nella nuova sfera del 'mobile-scultura', la cui tecnologia si fondava su acquisizioni recentissime**<sup>13</sup>. Anche in Italia, tra gli anni sessanta e settanta, si sperimentarono a fondo le possibilità tecnico-funzionali della plastica e le sue valenze simbolico-espressive: dalla sedia *Selene* (di Vico Magistretti per Edra, 1969), sobria e misurata, alle ampollose creazioni Pop, come il divano *Bocca* (dello Studio 65 per Edra,

1970) e il divano-seduta *Pratone* (del Gruppo Sturm per Gufam, 1971). È questo il preludio di quella ricerca formale incentrata sul valore iconico del segno che caratterizzerà **l'economia del simbolico** – la nostra – dove il **simbolico stesso è diventato una merce e partecipa ai processi di valorizzazione** dei prodotti<sup>14</sup>.

— Sempre negli anni sessanta, il *leitmotiv* della fluidità si rivela sorprendentemente nei cosiddetti manifesti psichedelici della California sovversiva, hippy e «allucinata» di quegli anni. Imbottiti di droghe allucinogene (LSD), i designer californiani (*in primis* Victor Moscoso e Wes Wilson) realizzano manifesti sorprendenti: impattanti sì, ma ben poco leggibili, perché caratterizzati da intrecci iconico-testuali vorticosi e da soluzioni cromatiche davvero contrastate. Come afferma John Barnicoat, **il largo pubblico comincia a sviluppare una particolare sensibilità che lo porta a vedere senza leggere [...] Si tratta per lo più di un'attitudine della mente: i messaggi penetrano attraverso i sensi**<sup>15</sup>. La tecnica impiegata è la fotocomposizione, che, a differenza della precedente stampa rilievografica, permette di operare attraverso i mezzi fotografici: un nuovo procedimento di stampa «a freddo» cui seguirà il pixel (tecnologia elettronica) e il conseguente declino del carattere in metallo. E proprio i caratteri o meglio i *lettering* psichedelici rivelano già tutta la forza espressiva e la fluidità della grafica digitale odierna.

— Ben diversi sono invece gli esordi della grafica e soprattutto della scrittura digitale, che si diffonde a macchia d'olio con l'introduzione del Macintosh (1984). I primi caratteri per lo schermo sono infatti composti per punti sulla griglia dei pixel, come quelli «frammentati» degli anni ottanta: fortemente geometrici e – solo in questo senso – simili alla tipografia elementare delle avanguardie costruttive degli anni venti. Nessuna meraviglia, dunque, se *Emigre Ten* di Zuzana Licko, brillante antesignana della scrittura digitale ricorda l'alfabeto «elementare» (cioè ortogonale) di Theo van Doesburg. Ancora una volta una necessità tecnica si sublima in un principio estetico: se van Doe-

sburg teorizza l'«estetica meccanica» argomentando la necessità di comporre un habitat estetizzato attraverso i mezzi di produzione (meccanici) degli anni venti, i caratteri della Licko sono *I nuovi primitivi*, come recita il titolo di un articolo che rimarca l'urgenza, propria degli anni ottanta, di sperimentare forme testuali coerenti con i mezzi di (ri)-produzione elettronici. Eppure, di lì a pochi anni, la tecnica digitale avrebbe subito uno sviluppo così accelerato da rimpiazzare i caratteri frammentati con tipi dalle forme sinuose: camaleontici, ibridi, iconici e ancora una volta fluidi.

In *Free Graphics* s'incrociano architetti come Frank O. Gehry, Peter Eisenman e Zaha Hadid, designer come Philippe Starck, Ron Arad e Ross Lovegrove e grafici come Neville Brody, David Carson e Stephan Sagmeister, tutti più o meno orientati verso forme fluido-espressive consapevoli del digitale<sup>16</sup>. In particolare, l'opera di Arad include nelle corrispondenze tra questi ambiti del figurativo (architettura, design, grafica) anche l'arte e l'artigianato, visto che molti oggetti – dalle forme fluido-scoltoree – sono realizzati artigianalmente e come pezzi unici<sup>17</sup>.

Un altro esempio si può leggere nel n. 457 di «Abitare» (gennaio 2006), che, insieme alle mirabolanti architetture che hanno ospitato i Giochi Invernali di Torino 2006, presenta un sistema di pittogrammi ancor più fluido delle performance sulla pista di ghiaccio<sup>18</sup>. Cosa ci potrebbe essere di più distante dai celebri pittogrammi dei Giochi olimpici di Monaco (1972)? I torinesi, dal sapore pittorico più che pittografico: curve avvolgenti e colori fluorescenti vs i tratti geometrici e modulari dei monacensi<sup>19</sup>.

È indubbio dunque che forme fluide, continue, avvolgenti caratterizzano alcune tendenze della più recente architettura contemporanea. Si tratta di forme che spesso si rivelano anche vistosamente colorate. Ma non basta: esse si presentano come omogenee, perfette, «industriali». E in questo essere vistose e artificiali, differiscono sostanzialmente da altri edifici che, in precedenti vicende dell'architettura, avevano incorporato le stesse caratteristiche di

plasticità, fluidità, elasticità. Basti pensare all'architettura Liberty, o a quella espressionista o tardo espressionista: un qualunque edificio di Horta, la torre di Einstein di Mendelsohn o il terminal TWA di Saarinen, per citare esempi celebri. Le architetture contemporanee cui ci riferiamo sono certamente fluide e curvilinee come questi antecedenti ma si tratta solo di un'assonanza che da sola non spiega un fenomeno, invero molto complesso. In realtà le architetture oggi prodotte dagli anglotedeschi Sauerbruch & Hutton, dagli spagnoli Abalos & Herreros o Actar, da Nigel Coates e da numerosi studi di giovani architetti americani, curvilinee e sinuose per quanto possano essere, sono piuttosto il prodotto di un fenomeno ben più complesso e intangibile che molto deve all'incontenibile diffusione del digitale, nei suoi risvolti visuali, più che tecnologici.

— Che cosa ci suggerisce la facciata a frammenti arancioni nel progetto per il Royal College of Art di Nigel Coates? Da che cosa scaturisce la grande copertura a strisce rosa e arancioni della fabbrica a Magdeburgo di Sauerbruch & Hutton? O ancora, come si generano certe forme fumettistiche in Bolles & Wilson? E che cosa si può dire delle architetture pneumatiche dei Topotek, così simili agli oggetti di Jeff Koons?

— Notiamo, in prima istanza, che si tratta di edifici che sovente emulano gli oggetti di design e in particolare le automobili. Edifici in cui, come abbiamo notato, è volutamente messa in scena la condizione artificiale. Sintomatiche, a tal proposito, le architetture dei Foreign Office Architects che, pur includendo le accidentalità topografiche della natura, le artificializzano. In essi ogni condizione fenomenica e circostanziale è bandita a favore dell'esibizione di nuovi materiali, quasi sempre plastici o gommosi. Si tratta di architetture che hanno senso solo se sospese in una condizione atemporale di non degrado. Eternamente nuove, quindi, e pervase da quell'estetica della perfetta esecuzione, già preconizzata da Claude Perrault secoli addietro, prerogativa assoluta della produzione industriale.

Si può a tal proposito escludere che l'incontenibile invasione di elementi prefabbricati plastici nel paesaggio urbano sia del tutto priva d'intrecci con questi temi? In questo congiungimento di design e architettura non è difficile scorgere un filone di continuità con una grande esperienza culturale, mai sopita, che costituisce in effetti una delle invariante della cultura contemporanea: la grande sperimentazione Pop. Questo fenomeno, che è attecchito in Italia in misura ridotta e che è stato sempre sottovalutato dalla nostra cultura, è oggi nuovamente rinvigorito dagli effetti delle tecniche grafiche digitali.

Si potrebbe tracciare questa genealogia con riferimenti precisi e documentali: basti pensare al fatto che buona parte della produzione architettonica di cui trattiamo proviene da architetti formati non a caso a Londra e New York, centri incontrastati dello sviluppo della Pop Art. Ci limitiamo a citare, fra le tante possibili connessioni esaminabili, come queste recenti architetture ci richiamino le divagazioni pop di James Stirling: si pensi agli oggetti metallici rosa e azzurri, (gli areatori nella biblioteca di Cambridge, che Banham aveva paragonato a dei trattori<sup>20</sup>, così come le ringhiere della Galleria di Stato di Stoccarda) o interi edifici, spesso etichettati sommariamente come *postmodern*: il centro scientifico di Berlino, l'edificio a Cornell ed altri. Ed è interessante rilevare che Stirling era un membro dell'Independent Group, il gruppo avanguardistico londinese, dove il pop era addirittura nato anni prima delle elaborazioni americane<sup>21</sup>. È utile in questa sede ancora notare che nell'Independent Group una delle personalità più influenti era lo scultore Eduardo Paolozzi, i cui totem colorati spiegano chiaramente la genesi degli edifici di Stirling, così come i più tardi oggetti di Ettore Sottsass: edifici e mobili che si configurano come pezzi di meccano, di Lego, insomma come giocattoli<sup>22</sup>. Ciò è molto simile a quanto avviene nel design odierno: **Negli anni novanta, poi, con gli oggetti colorati, dalle forme morbide e arrotondate, di Stefano Giovannoni per Alessi, nasce un fenomeno nuovo, un diffondersi internazionale di og-**

getti «giocattolosi», tra Starck e Giovannoni appunto<sup>23</sup>. La sedia Toy di Starck è un esempio eloquente ma anche Aldo Cibic, Ron Arad, si rifanno a un mondo ludico e onirico. E non si può non segnalare la similarità con le sculture colorate che negli anni cinquanta eseguiva Nicholas Monro a Londra<sup>24</sup>.

Ma torniamo all'Independent Group: non potendo riassumere per ragioni di spazio un'esperienza così vasta, ci limitiamo a ricordare, sempre a proposito di Stirling, la scultura porosa che, insieme a uno studio sulle bolle di sapone, costituì il contributo del suo gruppo nella mitica mostra *This is Tomorrow* a Londra: «fluidità» allo stato puro, potremmo dire, pensando a quanto avviene oggi, o forse, meglio, si potrebbe parlare di una fluidità analogica, madre della contemporanea fluidità digitale.

Tracce di questa grande sperimentazione che vide, oltre a chi già citato, anche gli Smithson, Banham, Hamilton, Henderson, rimasero latenti nell'ambiente londinese, sia dell'Architectural Association che del Royal College of Art. Fu lì che furono captate da Denise Scott Brown<sup>25</sup>, oltre che da chi, deviando su tematiche diverse, sviluppò l'ideologia del Team X. Così possiamo meglio comprendere da dove provengano gli exploit pop dei primi OMA, specialmente nei disegni di Madelon Vriesendorp e Elia Zenghelis<sup>26</sup>. E potremmo anche sottolineare come sia Sauerbruch & Hutton che Bolles e Wilson provengano dall'AA (i loro studi hanno avuto sede a Londra prima che in Germania). È di loro stessi l'ammissione dell'influenza di personaggi come Peter Cook e gli OMA<sup>27</sup>.

Ma la questione non si esaurisce sul piano di questa pur importante similarità. Se guardiamo, oltre a quanto già citato, anche a progetti quali quelli dei Future Systems – non ultima la stazione metro a Napoli elaborata con Anish Kapoor – o di Gregg Lynn possiamo riflettere su come l'architettura partecipi della sempre più diffusa dimensione iperreale dell'esperienza contemporanea. Le riflessioni di Edward Soja, sulla scorta di Jean Baudrillard, sono in tal senso illuminanti: **Nel momento in cui la no-**

stra capacità di distinguere la differenza tra reale e immaginato si indebolisce, sostiene Baudrillard, si genera un altro tipo di realtà – un'iperrealtà – e inizia a scorrere nelle nostre vite quotidiane, non solo attraverso internet, ma anche lungo molti altri meno eterei canali. Baudrillard mette in relazione il sempre più ampio regno dell'iperrealtà con quello che chiama la «precessione dei simulacri», la massiccia sostituzione del reale con le sue rappresentazioni simulate, o immagini, un processo che secondo Baudrillard ha raggiunto il suo apice in luoghi come la California del sud, dove ormai tutta la realtà non è che – virtualmente – una realistica simulazione<sup>28</sup>.

Televisione, realtà virtuale del computer, e spazio fisico reale tendono ormai a confondersi almeno sul piano dell'esperienza. Così Baudrillard: **In realtà, bisogna interpretare l'iperrealismo all'inverso: oggi è la realtà stessa che è iperrealistica... Adesso è tutta la realtà quotidiana, politica, sociale, storica, economica, ecc., che fin d'ora ha incorporato la dimensione simulatrice dell'iperrealismo: noi viviamo già ovunque nell'allucinazione «estetica» della realtà<sup>29</sup>.**

Soja analizza il fenomeno delle città virtuali, come la SimCity del noto videogioco, notando lo sconvolgente avvicinamento tra realtà e virtualità. Ma le teorizzazioni di Baudrillard sono complementate dalla inquietante riflessione degli artisti iperrealisti (*photorealists*) che giocano un sofisticato scambio tra realtà e rappresentazione prendendo la fotografia come soggetto dei loro quadri. Le conseguenze sociali e culturali di questo fenomeno sono rilevantissime ma c'interessa qui puntualizzare l'effetto strettamente visuale.

La confusione tra realtà e rappresentazione è dominata dalla grafica digitale, notoriamente ludica, infantile, *user-friendly*. Nascono degli ibridi: i film misti o 3D – primo tra tutti *Chi ha incastrato Roger Rabbit?* – che fanno dell'incursione e del contrasto tra realtà ed elemento «artificiale» il motivo dominante: le architetture che abbiamo fi-

nona citato si stagliano sulle scene urbane proprio in questo modo. Sono come oggetti trasmigrati dal mondo dei *cartoons* o dallo schermo del computer nello scenario grigio della realtà. Il gioco di luci colorate dei grattacieli nel sud-est asiatico è anch'esso improntato a questa estetica. Ovvero nascono delle aree dove il contrasto non ha più possibilità di essere inscenato: parchi tematici, città turistiche, ricostruzioni: Las Vegas, o pezzi interi della California, come nella acuta analisi di Baudrillard.

<sup>28</sup> D. RUSSO, *Free Graphics. La grafica fuori delle regole nell'era digitale*, Lupetti, Milano 2006.

<sup>29</sup> Z. BAUMAN, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari 2002.

<sup>30</sup> B. STERLING, *Tomorrow now*, Mondadori, Milano 2004, p. 67.

<sup>31</sup> L. BLACKWELL, *I caratteri del XX secolo*, Leonardo Arte, Milano 1998, p. 182.

<sup>32</sup> C. CASTELLACCI e P. SANVITALE, *Il tipografo mestiere d'arte*, il Saggiatore, Milano 2004, p. 230.

<sup>33</sup> U. ECO, *A passo di gambero*, Bompiani, Milano 2006.

<sup>34</sup> B. STERLING, *op. cit.*, p. 71. Beninteso, a differenza delle opere Liberty, i blobject non sono contestatori dell'industrialismo, sono conquistatori postindustriali.

<sup>35</sup> C. BAUDELAIRE, *Lo spleen di Parigi*, Feltrinelli, Milano 1992.

<sup>36</sup> W. BENJAMIN, *I passages di Parigi*, Einaudi, Torino 2001.

<sup>37</sup> Cfr. W. TATARKIEWICZ, *Storia di sei Idee*, Aesthetica, Palermo 2004, pp. 54-58.

<sup>38</sup> Il testo di W. GROPIUS, *La nuova architettura e il Bauhaus* (Abbondita, Milano 2005) è del 1935.

<sup>39</sup> J. HESKETT, *Industrial design*, Rusconi, Milano 1990, p. 120.

<sup>40</sup> K. MANG, *Storia del mobile moderno*, Laterza, Bari 1982, p. 144.

<sup>41</sup> F. CARMAGNOLA e M. SENALDI, *Synopsis*, Guerini, Milano 2005, p. 65.

<sup>42</sup> J. BARNICOAT, *Posters. A concise History*, Thames and Hudson, Singapore 1998, p. 64.

<sup>43</sup> D. RUSSO, *Free Graphics...*, cit., pp. 86-105.

<sup>44</sup> Come ribadisce Deyan Sudjic, **la sua carriera ha esplorato il complesso territorio tra arte, architettura e design**, D. SUDJIC, *Ron Arud. Cose di cui la gente non ha veramente bisogno*, Postmedia, Milano 2003, p. 8.

<sup>45</sup> G. TERRUZZI, *Torino olimpica*, in «Abitare», n. 457, gen. 2006, p. 59.

<sup>46</sup> Cfr. V. PASCA e D. RUSSO, *Corporate image, Un secolo d'immagine coordinata dall'AEG alla Nike*, Lupetti, Milano 2005, pp. 45-47, 92-95.

<sup>20</sup> Cfr. R. BANHAM, *History Faculty, Cambridge*, in «Architectural Review», n. 144, 1968.

<sup>21</sup> Vedi i collage di Paolozzi, di Henderson e di Hamilton. Cfr. C. LICHTENSTEIN, TH. SCHREGENBERGER (a cura di), *As found. The Discovery of the Ordinary. British Architecture and Art of the 1950s*, Lars Müller, Baden 2001; D. ROBBINS, (a cura di), *Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, MIT Press, Cambridge-London 1990; M. GIROUARD, *Big Jim. The Life and Work of James Stirling*, Chatto & Windus, London 1998.

<sup>22</sup> *Playmobil architecture* è l'efficace espressione di K. FRAMP-TON, *On James Stirling. A premature critique*, in «Architectural Association Files», n. 26, 1993.

<sup>23</sup> Cfr. V. PASCA, D. RUSSO, *op. cit.*, p. 56.

<sup>24</sup> Su Monro, cfr. W. GUADAGNINI e M. LIVINGSTONE (a cura di), *Pop Art UK. British*, Silvana, Modena 2004.

<sup>25</sup> È quanto lei stessa dichiara in un'intervista contenuta in «Pop Architecture», numero monografico di «Architectural Design», 7/8, 1992.

<sup>26</sup> Cfr. R. KOOLHAAS, *Delirious New York*, Oxford University Press, New York 1978.

<sup>27</sup> Cfr. A. BETSKY, *Pleasurable and essential: Colour and Content in the Work of Sauerbruch & Hutton*, in «El Croquis», n. 114.

<sup>28</sup> E.W. SOJA, *Comunità digitali, SimCity e l'iperrealtà della vita quotidiana*, in «Lotus International», n. 110, 2001; vedi dello stesso autore anche il capitolo «SimCities: restructuring the Urban Imaginary» in *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*, Blackwell Publishers, Malden (Mass.) 2000; il riferimento è a J. BAUDRILLARD, *Amerique*, Grasset, Paris 1986.

<sup>29</sup> J. BAUDRILLARD, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano 1979, p. 87.

---

## Verso una critica dello snobismo

---

ADELE SAVARESE

Il design intrattiene frequenti relazioni con il lusso, il bello e il gusto: questi rapporti vengono esaminati in profondità all'interno della disciplina della sociologia dei consumi. Ma come s'inserisce e come si configura il design nel processo di dematerializzazione dei beni tangibili iniziato nel XVIII secolo e diffuso oggi più che mai? Per dematerializzazione s'intende la progressiva trasformazione dei beni di consumo in qualcosa di intangibile: essi si svuotano sempre di più della loro materialità fisica per arrivare a rappresentare un sogno, uno stile di vita, un'appartenenza, un elemento di differenziazione. Colin Campbell a tale riguardo sostiene che i consumatori, e in particolare gli acquirenti di oggetti di design, **cercano non tanto la soddisfazione dai prodotti, quanto piacere dalle esperienze autoillusorie che essi costruiscono sulla base dei significati attribuiti a quei prodotti**<sup>1</sup>. Il bene quindi si configura come significante di un significato che noi stessi abbiamo deciso di conferire a quel determinato bene. Ma quale significato si può attribuire ai prodotti che acquistiamo? Non è escluso uno di carattere snobistico. Ciò che s'intende effettuare in questa sede è una panoramica dei meccanismi di attribuzione di significato agli oggetti di design e ai beni destinati al consumo, a partire dalla rivoluzione industriale e dalla nascita del consumismo ad oggi.



Spedizione in abbonamento postale / 70%  
Direzione commerciale imprese - Napoli

€ 6.00  
Iva inclusa