



Il Paese ne ha segnato il cammino, ma non può fermarsi alla semplice contemplazione del "made in Italy"

Riappropriarsi della bellezza

di **Giovanni Lanzone***

► **ORVIETO** - La bellezza è stata eretica tre volte nella storia. La **prima volta**, all'inizio dei tempi, quando la chiesa, a Nicea, ha fatto vincere il magistero di Paolo dicendo che la resurrezione poteva essere raccontata con tutti i mezzi utili e che quindi le chiese potevano essere inondate di luce e di colori. La fede poteva essere rappresentata attraverso la bellezza. In quel lontano concilio (787 d.c.) viene messa in minoranza l'antica tradizione vetero testamentaria, nota come iconoclastia, ancora oggi dominante nel mondo islamico e le chiese si riempiono di immagini del Cristo e dei Santi. Chi vuol vedere quale emozione questo significhi, quale trasformazione dei pensieri la bellezza possa produrre, deve vedere la mostra di Giotto a Milano dove per la prima volta vengono presentati assieme tredici capolavori del maestro italiano. Un felice allestimento di Mario Bellini, mette le tavole, l'oro degli sfondi e gli occhi dei santi, direttamente davanti ai nostri occhi e l'effetto è inquietante.

La **seconda volta** nel campo della bellezza avviene a Parigi, la capitale del XIX secolo, mentre i caffè e i bordelli sono saturi di genio, Baudelaire inventa la moderna concezione del bello. Prende una frase di Stendhal dedicata alle donne milanesi e con un piccolo cambio fa diventare la bellezza non più una forma di contemplazione estetica ma una "promessa di felicità" per tutti gli uomini.

Questo accade a Parigi che è la capitale culturale dell'Europa ma la parola definitiva su questo tema la dice, pochi anni dopo, un russo che scrive in una remota provincia dell'impero: Fiodor Dostojevskij. "L'umanità - dice - può vivere senza la scienza, può vivere senza pane, ma soltanto senza la bellezza non potrebbe più vivere, perché non ci sarebbe più nulla da fare al mondo. Tutto il segreto è qui, tutta la storia è qui".

Ed è in uno dei suoi capolavori, L'Idiota, che conclude il suo ragionamento nella sua frase più celebre: la bellezza salverà il mondo.

Per la **terza volta**, accade alla bellezza d'essere eretica, giusto dietro le nostre spalle, quando a Milano il sentimento del bello entra negli oggetti d'uso comune per dissolvere, dissipare, diffondere la loro funzione d'uso e ri-crearne il senso. E la grande stagione del design, della moda e del cibo come via di massa,



Peso: 100%



artigianale e industriale, alla bellezza: è la nascita del "bello per tutti". Negli anni '70, nella città più industriale d'Italia, nasce la squadra che trasformerà Milano nella capitale della moda e del design: da Armani a Versace, passando per Albini, Sottsass e Zanuso. Insieme, i designer e gli stilisti, rompono la gerarchia iconica della bellezza come privilegio e inventano il linguaggio del design come bellezza accessibile a tutti e per tutti. Poiché nulla al mondo è senza precedenti si può far riferimento alla storia francese dell'Art Nouveau o all'esperienza inglese dell'Arts and Crafts o alla Bauhaus, come illustri precursori, ma il modello italiano è insieme più consistente e più radicale: entra in forma estesa nei modi della produzione, li trasforma, cambia i costumi e in parte la cultura di un paese intero, si diffonde nel mondo come un modello e uno stile e di vita. La creatività utile contrapposta all'arte come paradigma della creatività "astratta". Nascono oggetti fortemente individualizzati, carichi di personalità e di progetto, supporti e componenti per modelli di vita che incrociano in modo affascinante spazio, tempo e comfort. Questa è la magia del Made in Italy, il risultato di una stratificazione complessa. Mentre l'architettura fatica a dominare il paesaggio e la burocrazia, fatica a piegare alla bellezza e al progetto l'arroganza della politica e l'urgenza della necessità, accade, in quel momento storico, nel nord del Paese, che la stretta relazione tra il design, come progetto estetico e di comfort, e l'industria, che stava rinascendo dopo la guerra, produce un "miracolo"; nascono, contemporaneamente, molte aziende guidate dal design, con una grande struttura operativa, capaci di trovare una via non convenzionale alla ricerca e all'innovazione e, ed è questa la cosa più rimarchevole, ancora esistenti. E' in quella grande distesa di nebbie e capannoni che sta tra il Ticino e il Piave che si sviluppa una nuova e rivoluzionaria ontologia degli oggetti. E' una rivoluzione immensa. Di quegli anni abbiamo troppo spesso sopravvalutato la portata politica della nostra azione collettiva e sottovalutato la sua dimensione antropologica e materiale. Se vogliamo, ora, guardare al futuro dobbiamo essere o diven-

tare consapevoli dei valori che abbiamo nelle nostre mani e dei valori nuovi che guidano o possono guidare il "rinascimento" della nostra società. Non dobbiamo fermarci alla contemplazione del Made in Italy: rinascimento è sempre rinnovamento. Molto c'è da fare a partire dalla constatazione che l'Italia sta nel cuore dell'Occidente e che l'Occidente è, nel bene e nel male, la civiltà delle macchine. Ecco qualche sparsa indicazione di quel che dobbiamo/possia-



Peso: 100%



mo fare:

1. Dobbiamo dare al modo italiano di produrre (qualità del prodotto, innovazione del processo, artigiana, territorio, comunità) il carattere di un paradigma universale. Affermare questo modello come un modello egemone di produrre. Il nostro modo di produrre più autentico è una forma di incivilimento e di rispetto. Non solo siamo così perché abbiamo da bimbi giocato a pallone contro i muri di Santa Croce, siamo così perché l'abbiamo progettata e costruita.

2. Dobbiamo acquisire, in questo quadro, un maggior controllo e una competenza straordinaria sulle nuove tecnologie per la produzione: macchine additive, laser cut, frese ad acqua ma anche e soprattutto, bio-tecnologie e chimiche sub-atomiche. Considerando che la capacità di variazione del prodotto che le nuove macchine e le nuove tecniche sviluppano è impressionante e nel futuro sarà ancor più impressionante, dobbiamo in questa nuova onda "bio-tecnologica" stare sulla cresta.

3. Dobbiamo orientare le giovani generazioni al privilegio del fare artigiano e del coding digitale. Educare nelle scuole insieme alla bellezza e all'orgoglio di quel che siamo stati e che ancora siamo (la patria della bellezza) e insieme sviluppare il potere educativo degli algoritmi e dei traduttori e il fascino delle macchine. E' ormai evidente che l'artigianato è il futuro, bisogna farlo "vedere, vivere, toccare con mano" ai ragazzi. Non bisogna solo farli lavorare con il traforo e con gli aghi da maglia bisogna farli lavorare con i chip di Arduino, bisogna fargli vedere le macchine che stampano gioielli d'oro come fosse zucchero filato. Bisogna stupirli e affascinarli e costruire una nuova generazione di "makers con la laurea".

4. Dobbiamo mettere a reddito il patrimonio culturale

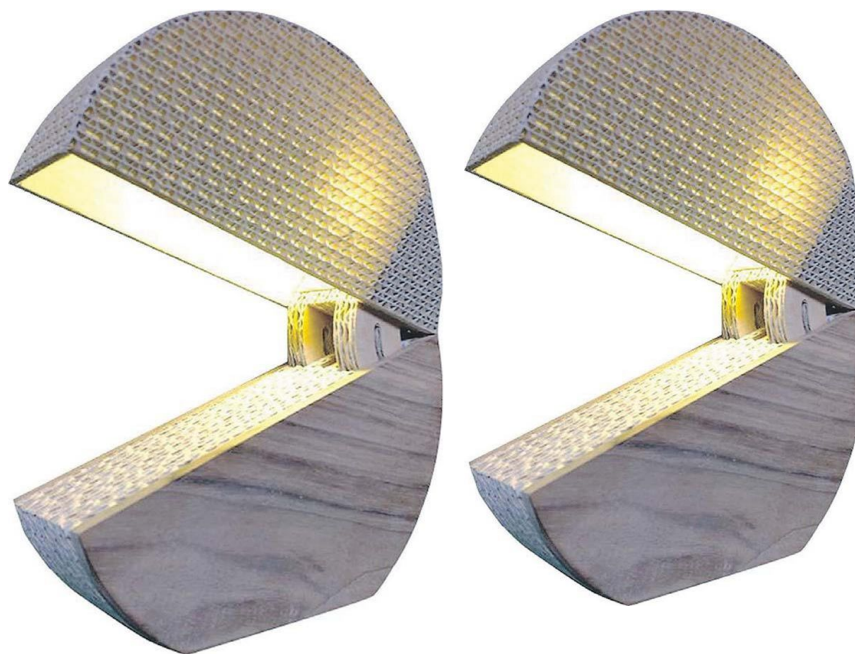
investendo in modo adeguato sulla protezione, sulla promozione e sulle infrastrutture. Passare nel turismo dall'artigianato alla manifattura, lavorando sulla grande bellezza ma anche sulle grandi illusioni degli altri (i miti e le ossessioni) che portano i viaggiatori a venire in Italia, impiegare la gente nella cultura del servizio e nel servizio alla cultura.

Non è un'offesa lavorare per servire i viaggiatori in modo garbato e colto, è un privilegio. Ed è un dovere mettere fine al disordine e all'incuria che dissipano il nostro patrimonio. Bisogna farla finita con il potere degli stupidi e degli abusivi.

5. Infine dobbiamo diventare più onesti. Questo ultimo punto ci introduce alla cosa più difficile da fare. Difficile perché va contro la nostra natura di inguaribili individualisti, ma occorre proprio farla, tra le tante cose facili da fare occorre farne una difficile. Occorre ripristinare, anche con modi severi, un senso minimo di responsabilità civica: non possiamo fare questo impegnativo nuovo salto di civiltà se un terzo del paese soggiace al malaffare e alla malavita. E non sto pensando solo alle banche, a anche ai ciechi che guidano, ai preti che non vedono lo sversamento dei rifiuti tossici (due milioni di metri cubi), ai cooperanti (fascisti e comunisti) che assieme ai dirigenti pubblici lucrano sui migranti, agli abusivi che si rivendono i loculi dei cimiteri. La parola d'ordine in questo ambito è punire duramente, punire ma anche legalizzare, sottrarre aree dell'economia alla criminalità e riportarle all'interno dei confini della legge (dalle forme del lavoro agricolo ai laboratori dei falsi, dalle case abusive alle strade della prostituzione).

Se vogliamo continuare e perseverare nel nostro destino dobbiamo trasformare la bellezza in economia e avvantaggiarci in ogni campo di questa propensione e di questa grande tradizione, convincerci che la nostra "missione" è quella d'essere per tutto il mondo la patria della bellezza e lavorare tutti insieme e con i più diversi mezzi a questo scopo.

***Filosofo della bellezza
Università Domus Milano**



Peso: 100%