

# DOPPIOZERO

---

## La sindrome dell'Influenza

Marco Sironi

11 Luglio 2013

La “[sindrome dell'influenza](#)” ([catalogo Corraini](#) a cura di Pierluigi Nicolin) sta a descrivere, nel corpo del design italiano, quella particolare disposizione ad aprire a ogni apporto, a mai rintanarsi nelle certezze di sé, per assorbire e riscrivere le diversità dei mondi a cui sollecito rivolge attenzione. Ecco, la mostra in Triennale vorrebbe rendere conto per ben organizzate tappe – tra storia memoria e attualità – di quella sua capacità trasversale che, molto praticamente, metamorfizza le presenze della tradizione in novità del progetto, e viceversa risolve l'inedita tecnologia o l'esotismo d'importazione in cose che sembrano le compagne di sempre; vorrebbe rintracciare attraverso i decenni i segni e i modi di un'attitudine positiva all'assimilazione, che nei designer d'Italia si accompagna con l'impudenza di dire sempre sì e no – insieme – alla compatta mitologia del moderno e alle sue lusinghe, senza mai cedere compiutamente al credo delle assicurazioni ideologiche o ai tripudi illusori per un consumismo che si dice felice.



E se, certo, in questa adattabilità, in questa capacità tutta italiana di digerire e metabolizzare l'aspro e l'asprissimo sono comprese l'eterna disposizione al compromesso (storico o politico) e il conformista

trasformismo alla Zelig, la cattolica disposizione ad assolvere, l'arte dell'arrangiarsi e dell'inciucio, pure risiede qui, come propria del progetto italiano, una buona vitalità animale che è capace di reagire senza preclusioni, a fiuto, dentro un contesto fatto di difficoltà e carenze; qui è una disponibilità a trarre nuovo e inatteso senso dagli echi spuri, dagli errori di lettura, da spostamenti d'ambito e reimpieghi di tecniche e figure, in un esercizio insistito che a proprio agio alligna tra il ripiego e il riuso, abbracciando, volta per volta, tanto l'immagine più gridata e pop, quanto la sottile curiosità per le forme degli usi, che inavvertiti guidano l'abitare comune.



Il nuovo contesto. Vista d'insieme, Michela Vado

Dicono bene i curatori e gli addetti a questa sesta edizione del [Museo del Design](#) che proprio di *sindrome* si tratta, suggerendo implicitamente che è la volta di tentare una lettura indiziaria sul territorio già noto dell'Italian design: è tempo, dopo la bellissima prova di [Quali cose siamo](#), di restituire un racconto di

sintomi, erubescenze, esantemi, invece che ribadire l'elencazione di ben ordinati repertori di oggetti e di nomi propri. E la promessa sembra sia quella di provarsi a scovare i percorsi possibili del nostro progettare passato e presente, secondo tutte le anse di quel fluire e in-fluire, stando dietro alle tracce più o meno fresche del passaggio, per misurare ancora una volta l'estensione dell'Italian design, per veder dove muove e sentirne lo stato di salute – dal punto di vista critico, e del fare, e non soltanto del mercato – con il quesito in sospeso: se il fenomeno del design italiano sia stato qualcosa come una malattia buona del crescere, una febbre passeggera, o piuttosto una specie di lungo disagio che accompagna alla fine.



La distruzione creatrice, Paola Scottini

A ogni riedizione il museo milanese ripropone e saggia per approssimazioni, con più o meno felice esito e pertinenza, la domanda sul design italiano, che risuona nel bisogno di una *ridefinizione* o *indefinizione* continua. E nel far questo ha il grande pregio di considerarlo, il design, non come l'oggetto di un sapere concluso, ma di riproporlo al pensiero come palinsesto, nella sua costitutiva complessità e sporcizia, nel suo travaglio; di lasciarlo talvolta intuire come flusso o energia che a tratti s'addensa in corrente principale, a tratti si frange in rivoli e cede dentro un terreno zuppo e fertile, con vapori di marcite, per sprofondare e quietarsi in polle ancora non guaste.



Alessandro Mendini, Ecosistema Alessi, Michela Vado

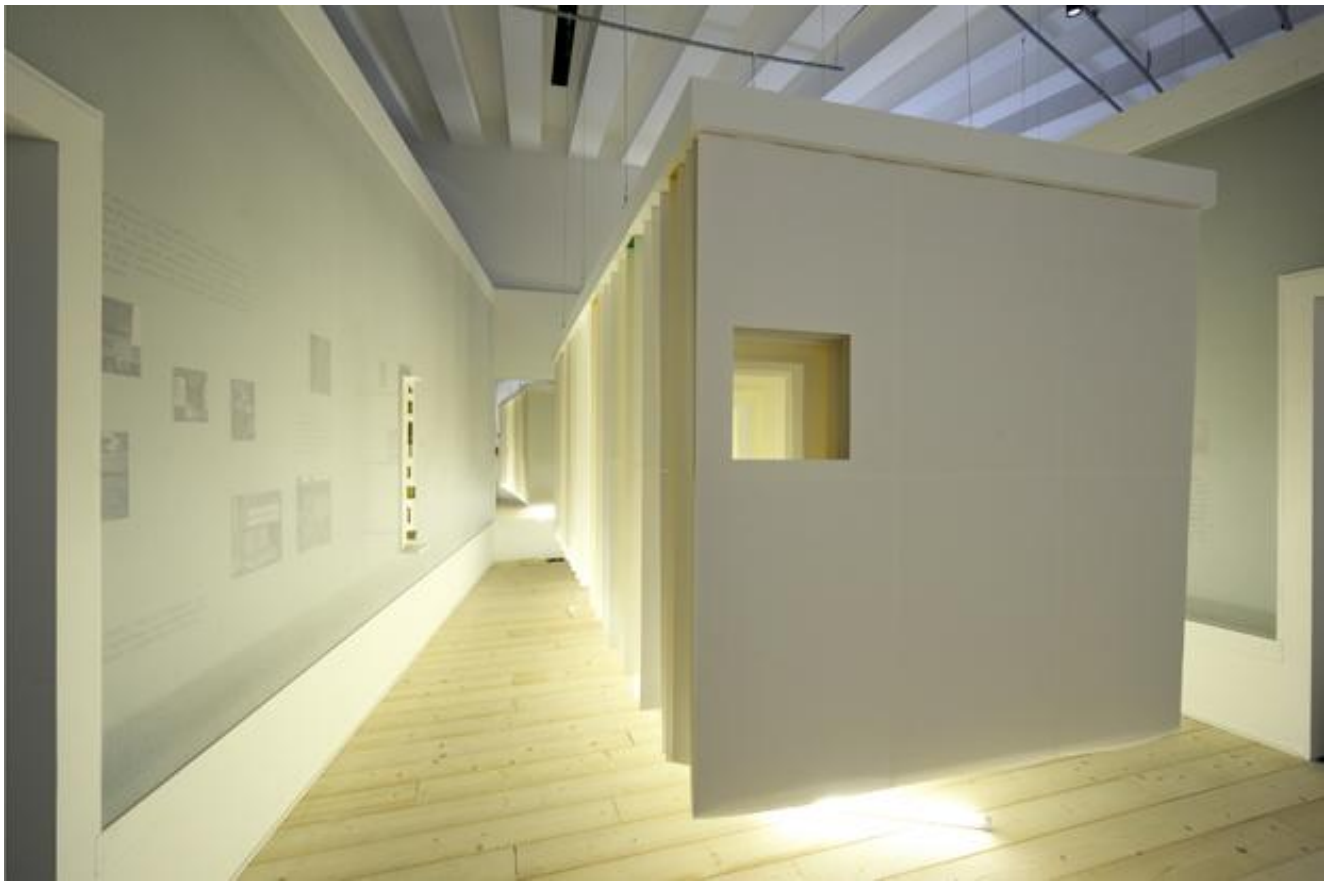
Il museo rilancia anche questa volta i quesiti dello storico e del metafisico – “che cos’è”, “cosa è stato il design italiano”. Eppure la richiesta che preme più urgentemente si porge o sporge più dal lato del fare: chiede che cosa *continua* a essere per noi, *che cosa diviene* questa fluidità del fenomeno design che osserviamo e diciamo credendo di sapere. Fenomeno inconcluso, fatto di nomi e di cose (e di nomi di cose) e forse più ancora sostanziato di attitudini, pratiche, assunzioni tanto diverse dentro le pieghe dei suoi eventi o strati. Così sotto lo stesso cappello stanno insieme la poltrona Sacco e le sediole di Mari, le scocche di Magistretti e l’Aeo di Archizoom, le plastiche di Kartell e l’assemblaggio di componenti Luceplan: invece di contemplarlo dall’esterno, questo territorio cartografabile a fatica, bisognerebbe provare a intercettare sul vivo i modi ibridanti del suo fare trasformare ripensare reagire – il suo maturare ed estinguersi, e ritornare: ma come? Né un museo né una bottega-museo bastano, forse; forse un museo-bottega, che diventi workshop partecipato nel fare – immerso anche nel disagio di quel fare, negli entusiasmi e nelle frustrazioni cui l’istituzione è impermeabile per posizione, se non per natura.



da TDM6 Design. La sindrome dell'Influenza (Corraini) a cura di Pierluigi Nicolini

Nel corpo del design italiano la “sindrome dell’influenza” evoca la necessità di un racconto diverso, che corrisponda a qualcosa come un’orditura fine di parole gesti ascendenze non misurabili direttamente, a implicazioni di corrispondenze, genealogie precarie, umori che sbilanciano ora da un lato ora dall’altra parte questo oggetto-sacco che si intende studiare. Questo per rendere conto, al livello critico, di scrittura, della complessità di un fenomeno che per natura non è compatto, ma che nasce dentro la carne dell’Italia della Liberazione, o prima, e che continua nel misto di industria e finzione di industria, nella serie prodotta che non va mai troppo lontano, mai si allarga all’ecumene, e tuttavia si afferma con potenza di figurazione, con scarso ossequio per lo standard e invece intensità stupefacente di progetto, di senso dato alla cosa, deposto nella cosa e nel prodursi suo come immagine pervasiva, contagiosa, potentemente efficace a livelli e strati sociali e atteggiamenti diversi – dell’acquisizione di un gusto, del rimuginare progettante, del più superficiale annuire. Il richiamo al design italiano, più che a un’identità risolta nei termini di geografia e di lingua, evoca l’italiana esperienza del progetto come laboratorio di una pluralità dialogica e polemica in se stessa inconclusa, che nasce nella carenza – è sempre “qualcosa di mancante che chiama il design, piuttosto che la pienezza dei mezzi a disposizione”, nota con acutezza e passione Manolo De Giorgi – e già guarda l’altrove, al dono che giunge di lontano, ma anche riattinge la ricchezza che è già qui, nel vicinissimo incistato nel tempo e nello spazio di mille pratiche del produrre sulla soglia della bottega, o nella penombra di una fabbrica per noi sempre artigiana.





Sonia Calzoni su Carlo Scarpa

Bene, la mostra si fa laboratorio: lascia che accada l'influenza tra designer e designer, nella prima parte che dedica ai grandi inconsapevoli inventori del nostro design, gettando i semi di un esercizio interpretativo, di un dialogo tutto intellettuale tra il maestro e l'allievo-interprete. Esercizio prezioso, questo, dove si fa più parco di segni, si asciuga fino a diventare linea nello spazio dell'installazione, e di quella linea ombra, proiezione o tracciato di corrispondenze (Paolo Ulian su Magistretti); dove la tattilità ottica delle carte rende sensibile lo spessore dello spazio per strati, per posizioni successive, e lo ripercorre in subiti attraversamenti, appiattimenti anamorfici di fughe, negazioni dello sbieco (Sonia Calzoni su Scarpa); o dove, quasi duchampiano, l'allestimento dispone la personale lettura di un archivio di fatti meditazioni testimonianze, da consultarsi posando leggeri sull'astrazione abitabile di quelle che, più che sedie, sono "parole su cui sedersi" (Damiani, sui Castiglioni).



Lorenzo Damiani sui Castiglioni

Ma il vero cuore dell'esposizione attuale è quello spazio curvo e rifratto, che impone il passaggio per uno sciame confuso di oggetti cavati dal magazzino degli anni di mezzo, i Settanta e gli Ottanta – le cose di Archizoom, le colorate poltrone di Proust, il Sottsass di Memphis, che abbiamo imparato ad amare, ma anche De Pas D'urbino Lomazzi, anche Mari con la proposta per un'autoprogettazione. In questo cuore-esofago-budello è l'eco diffusa, persistente, di un'epidemia di voci che recano le memorie imprecise di quegli anni – da parte di chi li ha fatti e vissuti dall'interno, come Alessandro Mendini o Paolo Deganello, come di chi portava avanti discorsi più chiusi e refrattari all'avanguardia radicale, o progettava il nuovo Made in Italy in termini di strategie aziendali.

Questo dotto uditivo delle voci accalcate, da districare nella massa delle interviste, questa satolla pancia di parole e cose, dentro cui si è indotti a scivolare e sostare per raccogliere gli stracci dei pensieri da mettere insieme, produce molto di più dei teatrini chiusi che troveremo alla fine, di là dell'ultima soglia: i bei cubi bianchi con le loro visioni senza scappatoia, ordinate azienda per azienda, brand per brand, con l'ossequioso ordine e l'accoppiamento fin troppo giudizioso della marca al designer di grido.



Nel passaggio tra gli anni Settanta e gli anni Ottanta, Alessandro Mendini discende tra le più importanti figure di avanguardia del movimento "Gothic", "Mediterranean" e "Dionysian". In questo ruolo, in quegli anni, insieme a design, architettura, approda l'opera di scrittura e progettazione progettuale da un po' di tempo, attraverso collaborazioni internazionali per la propria attività e quella del design italiano (come quelle con Herman, Achille, Rolfi) e il gruppo T33 (gruppo di architettura) dell'era del Post-Modernismo. Mendini opera nella collaborazione con le aziende come consulente di quelle attività di strategia del prodotto che si è inventato per dare un nome a una realtà ad esso mancante o che è diventato fondamentale negli anni a venire. Come critico, designer e teorico, Mendini ha collaborato con i brand e i designer: French, Greek, Italian, che gli ha dato la possibilità di essere considerato come autore di informazioni di informazioni, come critica. Ricerche di Mendini e Memphis, dell'esperienza italiana e del passaggio attraverso le discipline, come di un "magazzino" nel frattempo, l'idea di design alla ricerca di una dimensione operativa del design, di "movimenti" verso un'etica pratica. Parla della ricerca, in quel momento, di una serie di "preconcetti", che sono penetrati ai giorni nostri, mantenendo la sua collaborazione originale di lavoro: "la sua parte di lavoro", agli inizi del secolo, "a dall'alto", fuori da esso.

Alessandro ha fatto qualcosa di questo tipo: ha cercato di unificare i conflitti sociali, attraverso gli scambi sociali tra "gli stranieri" approdati in Italia e la diffusione della sua idea di progetto della cultura del design italiano in giro per il mondo, in grado di aiutarlo, in tal caso, le attività a portare avanti l'idea di design italiano, più che il design, a cui tutto ciò che viene generato è una collezione italiana.

During the transition from the 70s and to the 80s, Alessandro Mendini descended from the most important movements of the moment: "Gothic", "Mediterranean" and "Dionysian". In this role, in those years, he wrote, designed, challenged and explored the work of architects and designers from all over the world, setting up collaborations such as those with Herman, Achille, Rolfi and the T3 group and cultural exchanges with other concepts that were important both for him, and the Italian design. Mendini speaks of his working as a consultant in the field of product strategy, and of practical aspects of product strategy that has been involved in giving meaning and history to a brand that has become central in the years to come. As a critic, designer and theorist, he has helped brands become French, Greek and Italian brands. Thanks to the idea that design can be considered as a source of information, this requires. He speaks about Mendini and Memphis, his cultural experience and his insertion through the various magazines, or a "magazine" between modernism and design in search of a tentative direction of design, of "visual sensation and poetic emotion". He refers about the birth of a sort of "preconception" which is being today, maintaining his original understanding of a phenomenon that was, in his view, "open", and, in the words, "open heart". Through the media power of the magazine, between design, place and social changes, through exchange that brought "foreigners" to Italy and the spread of migration, products and the values of Italian design around the world, we reach the present day. Giuseppe never allows the idea of Italian design, unless there the designer, who is left with little gestures and not enough shadow.

Prima il design era italiano; poi è stato italiano, poi è diventato internazionale. Una di coloro che per primo ha portato gli stranieri a Milano sono stati in.

First design was Italian, then it was Italian, then it became international. I was one of the first to bring foreigners to Milan.



Poco fa tutti si sono ingolfati in "micromagazzini", andando a bussare alle industrie che non aprono le porte, che non capite, agili, hanno perso la greenness. Perché in certi tempi l'industria era generosa, anche nel proprio interesse. [...] Per ottenere qualcosa bisogna venire a una che non si scontra a fare, non a quella che si scontra a fare.

Gradually they have all turned into "micro-Magazzini", going to knock at the doors of industries that won't open them, that are egoistic, inflexible, that have lost their greenness. For at certain times industry was generous, partly in its own interest. [...] To get somewhere you need to aim at things you can't do, not the ones you can.

da TDM6 Design. La sindrome dell'Influenza (Corraini) a cura di Pierluigi Nicolini

Risolto così, il racconto della nuova fase resta davvero “nonostante tutto trainato da un numero relativamente ristretto di protagonisti – brand designer, consulenti, art director, manager – e aziende laboratorio” (Nicolini), “pur in presenza dei primi sintomi della contestazione del modello del brand”, che tuttavia non vengono fuori. Perché la mostra impone, nel suo terzo tempo, una narrazione alta, che schiva tutto il lavoro di allargare il racconto al panorama diffuso del design in Italia, da condurre con la pazienza e la curiosità di cartografare le soglie dell’anonimo, la produzione ai limiti dell’autoprodotto, il progetto che può manifestarsi in licenza *creative commons* e non per forza esibirsi in show-room... O quello che nasce come pezzo unico ma è tuttavia destinato a molti (e non inteso per pochi o per nessuno, nell’equivoco del lusso) e che riattiva le radici di un fare-pensare; quello, ancora, dove il dialogo ufficializzato tra azienda e designer salta e (a sorpresa?) ritorna l’artigiano di cui parla Micelli, che è un po’ l’uno e un po’ l’altra, un po’ designer e un po’ imprenditore, e forse in fondo qualcosa di diverso.

Non è anche tutto questo influenza, e costellazione di sintomi? Questo, che forse non fa bene guardare: una vitalità che s’agita nell’ombra umorosa (e una mortalità anche: una penuria e un sacrificio enorme, insieme) e che appartiene oggi alle schiere dei designer non arrivati, dei senza nome, a quelli che fuori dalle formule del pensiero globale, sottratti ai riflettori e all’accademia, ancora sperimentano qualcosa della capacità di vivere il progetto con l’entusiasmo di un fare incosciente e audace. Con la passione di vivere dentro un flusso – fluire e in-fluire, ancora – in “una specie di schiuma delle cose”, che per De Giorgi fu il modo vero di quelli che adesso chiamiamo maestri.



Paolo Ulian su Vico Magistretti

Terzo tempo: sì, c'è il caso splendido dell'ecosistema Alessi, con i suoi eserciti coloratissimi di oggetti-figure in viaggio da Omegna al mondo intero; c'è quello di Rizzatto, con la bellissima fioritura-esplosione leonardesca delle componenti, in cui deposita minuziosamente la sapienza degli oggetti-progetti. Ma nello spazio-racconto della situazione attuale non suona quasi niente di vissuto, di intenso, di socialmente condiviso. Come se infine le macerie della "distruzione creatrice" fossero state celermente rimosse, e alla logica del fluire, del contagio, si fosse opposta una bianca visione ospedaliera, un'economia televisiva accessoria ai giochi della finanza globale.

Cercheresti invano la frequentazione degli interstizi, degli anfratti, con nostalgia, con la sensazione che se del design c'è ancora, se in Italia si continua il design-flusso, il design-energia – nel senso forte di progetto vivo e vitalità del pensare – allora il suo corso se lo ritaglia nelle maglie strette, dentro gli spazi ridotti dove seguita a in-fluire, e nelle sacche residue che il grande racconto della città-mondo non riesce a risolvere in villaggio globale. Spazi in cui, come c'è da aspettarsi, il design ha forma impreveduta e conserva geloso un che di impuro, perché è fatto di sfregamenti, consumazioni e rigurgiti, di compromessi sempre tra dominio dell'immagine e dominio delle merci. Gli scritti attenti di Micelli, della Morozzi e anche di Pasca, a corredo del catalogo, ne dicono pur qualcosa: e bisognerebbe ascoltarli bene, ora che "la missione è compiuta" (Bellini) e il design si è fatto diffuso, permeante, mestiere di noi tutti dietro gli abbagli delle star; ora che ritorna vicino all'attitudine del fare da sé, ma non per sé soli, e che la crisi inquieta di nuovo gli interrogativi sul senso del progettare (per chi, e perché?), del produrre (serie o variazione? 3d printing o interventi a mano?) restituendoli tutti da discutere, da reinventare, da rigiocare sempre sul terreno concreto del progetto, in un fermentare autonomo e sofferto, che è poi l'anomimo farsi del contagio.

Ma, d'altra parte, è solo così che succede, che si dà forma a un'unità prima di darle il nome e l'attributo. Solo così qualcosa di ancora senza nome si vive e riconosce, come quell'identità approssimata e approssimativa, certo, che ci fabbrichiamo *quotidie* e ci illudiamo per un po' di tempo di essere – finché dura la sindrome di

cui portiamo i segni, dentro il mondo di immagini da noi stessi creato.

---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.  
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

---



**TDM6** La Sindrome dell'Influenza

The Syndrome of Influenza

