

Intro n. 11

Ventiquattro pagine? Sì. Finché c'è testo si va avanti. Che senso avrebbe dividere in due parti un testo lungo se lo spirito di *Labrancoteque* è dare unità alla frammentarietà? Ecco quindi tutte le 14 puntate di *CinéDécor* addirittura in un corpo inferiore al solito per non esagerare con le pagine. Ai tempi in cui collaboravo con *FilmTv*, d'estate il direttore mi chiedeva interventi particolari. Il primo anno, 2009, scrissi le puntate di quello che poi sarebbe diventato *Haiducii*. Nel 2011 toccò a *Iva è partita*. Nel 2010 scelsi la via saggistica e dal numero 27 al 38 apparvero le 14 puntate di questo scritto (non ho sbagliato: ci furono alcune settimane di pausa). Non volevo parlare del “design nel cinema”, ma “di alcuni oggetti in alcuni film che conosco”. Parte di questo materiale fu poi riutilizzato in *Astrakhan* e nel farlo persi i file originali. Grazie al professor Antonio Costa sono rientrato in possesso delle fotocopie di quegli articoli. E adesso, dopo una settimana di scansioni, correzioni e colorazioni delle foto ecco tutt'insieme *CinéDécor*. Non ho inserito i link ai film perché da nessuna parte in Rete ci sono i momenti che cito. Andatevi a vedere gli originali.



1. Interno (sog)giorno

I film non sono fatti solo di personaggi e di storie, di città e grandi spazi. Questi sono tutti elementi che creano l'illusione e aumentano la distanza con lo spettatore. Rendono impossibile, per chi guarda, l'immedesimazione diretta. Un'ambientazione storica ricostruita, gli scenari creati con i computer sono spettacolari, ma lontani. Gli animi più semplici possono provare fratellanza con donne sedotte e abbandonate, con quarantenni in crisi e con tutta quell'umanità che si agita nella pellicola. Ma è un altro il vero momento in cui scatta la perfetta coincidenza tra quelli fatti-di-luce sullo schermo e noi fatti-di-carne in platea. Questo momento arriva quando la camera entra in una casa, ce ne mostra le stanze, si sofferma sugli oggetti. E noi, di volta in volta, scopriamo di avere case simili, di possedere quegli stessi oggetti. Oppure di desiderare quelle abitazioni e quelle cose.

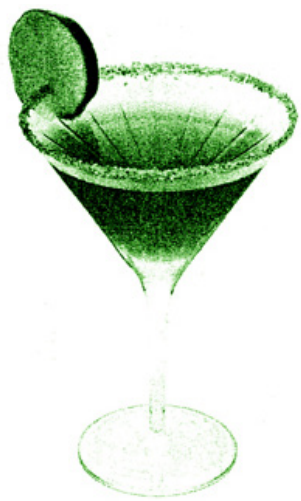
C'era una volta l'immedesimazione con il personaggio che si poteva attuare copiandone l'abbigliamento, lo sguardo o i comportamenti. L'immedesimazione moderna è fatta più che altro di lifestyle, in quanto lo spettatore è convinto di essere già affine al personaggio. La signora disinibita ha già in sé il DNA libertino di Samantha, quello che le manca per perfezionarlo è la doppia coppa Martini da cui sorseggiare il Cosmopolitan. L'omosessuale trentenne ha già in sé tutte le sofferenze delle creature özpetekiane, quello che gli manca per perfezionarle è un tavolone rustico di legno intorno al quale sciorinarle ad amici più sofferenti di lui.

Ecco dunque che gli interni e gli oggetti sono il vero elemento che fa scatenare l'emulazione. E oltre: sono il vero elemento che dà a un film il valore di testimonianza storica del momento in

cui è stato realizzato, più della storia che racconta. Un modello dimenticato di televisore appena intravisto in un film degli Anni 70 ha più forza evocativa per il periodo di qualsiasi riferimento sociale sviscerato lungo tutta la pellicola.

Potrei affermare che nelle prossime settimane osserverò la presenza del design nel cinema. In realtà la cosa sarà al tempo stesso più e meno precisa. Più precisa perché non terrà conto soltanto di quegli oggetti ai quali assegniamo quel vago valore aggiunto della firma e del progetto che chiamiamo design, e la cui presenza è voluta, in alcuni casi forzata, dentro il fotogramma, ma focalizzerà anche tutti quegli oggetti anonimi, secondari, silenziosi, finiti quasi casualmente dentro l'inquadratura e che concorrono a creare lo spirito del tempo. Meno precisa perché non prenderà certo in considerazione l'intero panorama cinematografico né le sole opere basilari, ma si rifará naturalmente alla mia esperienza personale, passando soprattutto per film meno che minori che mi hanno offerto spunti per l'immaginazione. Saranno però sempre film che raccontano storie contemporanee del momento in cui sono stati girati. La ricostruzione storica, sia maniacale come quella di Luchino Visconti, sia sciatta come quella di Franco Zeffirelli, non rientra in questa osservazione.

Potrei dire che mi interessano maggiormente i film in cui l'azione dello scenografo è irrilevante. Quelli in cui la camera irrompe quasi all'improvviso in una casa e ce la offre così com'è, senza fare distinzioni qualitative. La camera a spalla traballante di Dogma 95 che entra e riprende quello che trova ha lo stesso valore testimoniale di certi film con Nino d'Angelo girati, per risparmiare sui costi, nell'appartamento stesso del produttore. Che per l'inutile studioso di inutilità ha una preziosità simile a quella che una villa pompeiana



preservata dall'eruzione e completa di affreschi e arredi ha per un archeologo.

Purtroppo non tutti i film sono girati con questa spontaneità del décor, vedremo che molti saranno sorretti da intenzioni che andranno dal caricaturale al tentativo umiliato di voler essere cool. L'importante, in ogni caso, è che si tratti di oggetti e ambienti che parlano la stessa lingua che usiamo (o abbiamo usato) nella nostra vita quotidiana.

2. La ricostruzione del moderno

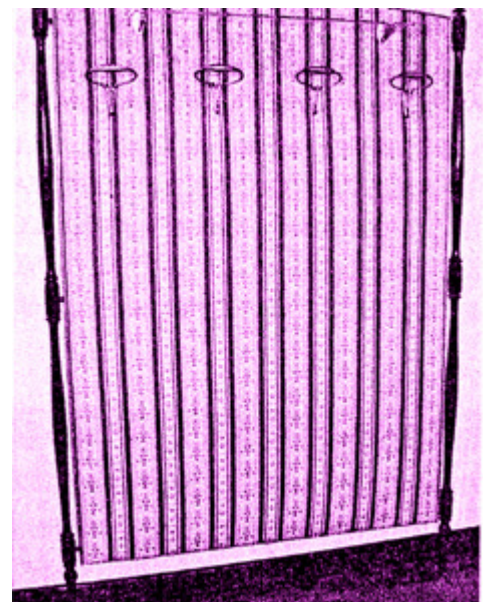
Guerra, sola igiene del mondo.

Affermazione cinica, ma perfetta all'interno del gioco futurista. La guerra è un azzeramento di generazioni, abitudini, stili e oggetti. Tutto ciò che c'era prima della guerra diventa espressione del fastidio provocato dalle cose vecchie. Solo più tardi subentra la nostalgia. *Il segno di Venere* di Dino Risi esce nel 1955, nel momento che meglio esprime questa situazione di fuga dal passato. La Seconda guerra mondiale è finita da dieci anni, un lasso di tempo che non permette nostalgie, ma che conserva intatta l'avversione verso gli ambienti, le cose e le musiche del *prima*.

Il termine *guerra* non viene citato una sola volta in tutta la pellicola, come se insieme alle

macerie fosse stata rimossa l'esistenza stessa del conflitto. Si sottolinea invece la modernità in cui i protagonisti si muovono. «Un quartiere molto bene abitato, tutta edilizia moderna», specifica Franca Valeri a Raf Vallone che la riaccompagna casa. Ed ecco l'edilizia moderna: strade ancora sterrate con sagome di gru lontane ed enormi casamenti bianchi e non terminati. Il fondale messo a simulare ciò che la Valeri vede dalla finta finestra della sua cucina rappresenta una casa in costruzione laddove, forse, altri edifici erano stati bombardati. Non basta quindi evitarne il nome: la guerra grava ancora sul 1955, nel film come nella vita politica. Il Ministero della Guerra era stato cancellato nel 1947, ma nel 1955 erano ancora attivi i sottosegretariati alle pensioni e ai danni di guerra. Evidentemente l'igiene del mondo non è fulminea e definitiva e il conflitto, cancellato concettualmente, torna nelle cose accessorie.

Come nella stanza in cui vive da pensionante Vittorio De Sica. Un ambiente oscuro, affollato di oggetti pseudodannunziani, quindi vecchi e da rifiutare. Lo stesso personaggio di De Sica è dannunziano (poeta e scroccone come Gabriele, ma in scala minore), fuori sincrono con il resto



della storia; il suo pesante cappotto militare, altro muto residuo del conflitto, stride rispetto alle forme più leggere e primaverili che vestono gli altri. Questa è la scenografia più claustrofobica di tutto il film e da cui la Valeri fugge per tornare nel suo mondo moderno, alla casa dello zio presso cui abita e dove tutto appare luminoso e igienico, dove piastrelle e stoviglie sono bianche, i mobili sono in essenze lignee chiare e ogni cosa è integra, in una negazione non solo delle cupezze della guerra, ma anche delle ristrettezze e delle macerie del neorealismo. Non a caso il 1955 è l'anno in cui molti critici pongono la fine dell'esperienza neorealista del cinema.

A esprimere questa modernità tramite il décor è Gastone Medin, scenografo molto attivo nei decenni precedenti in film storici o tratti da melodrammi e che qui opera un azzeramento delle pesantezze precedenti per ricreare un mondo lieve che oggi definiremmo intimista e minimalista, ma che allora si bollava come piccolo-borghese.

Il senso della modernità del film non è certo quello filante, assurdo e aerodinamico dei Futuristi. E nemmeno quello razionalista già definito negli Anni 40 da geni del protodesign come Franco Albini, Giò Ponti o Carlo Mollino e che vedremo realizzato a livello popolare solo dopo il 1960.

La modernità del design in *Il Segno di Venere* rispecchia l'idea diffusa tra il popolo medio, basata sui concetti di pulizia, integrità e decorazioni soft. Copriletti, attaccapanni, carte da parati sono ricoperti da distese di minuscoli disegni floreali. Le uniche piante che appaiono nell'appartamento sono quelle piccolissime poste sul davanzale del bagno e che la Valeri chiama «i vasetti». C'è quasi una implicazione morale nella scelta di questo décor minuscolo e mortificante pur nella sua



confortevolezza. Qui gli zii sono paladini di una rigida morale democristiana. Invece, appena un piano più giù, ecco l'altra faccia del décor coevo: la pesantezza dello stile bomboniera in cui vive la signora Pina che ammette: «Gusto ne ho, modestamente», e aggiunge: «ma ho lavorato tanto». E i richiami ad alcove e boudoir del suo arredo neobarocco ci fanno capire elegantemente in che campo fosse stata attiva la signora.

3. Fellini fuori serie

Per Gillo Dorfles il fuori serie nel design non è qualcosa che si differenzia dallo stile corrente, al contrario è un'esaltazione di quanto è normalmente di moda, nobilitato da finiture e dettagli più preziosi, e che nasce alla fine del periodo di maggiore voga di un oggetto.

Partendo da questa riflessione si potrebbe dire che *La dolce vita* di Federico Fellini è un film *fuori serie*: esalta e nobilita lo stile di vita cui si

aspirava e che nasceva mentre il milieu narrato stava già malinconicamente tramontando. Ma nulla di quel film ha contatti con il design. Nel 1960 il design era solo tecnico, ignorato da un pubblico che usava gli stessi strumenti da decenni e che anche dopo la grande cesura della guerra aveva utilizzato oggetti nuovi o rinnovati, ma non innovativi. Fellini è ancora più pragmatico di quel pubblico. Il suo prefisso è sempre stato *anti-*. Era anticolto, diffidava dell'intellettuale; antimusicale, odiava la musica; anticinematografico, stravolse la tecnica. E applicava quindi anche un antidesign, benché sarebbe più corretto parlare di trascuranza degli oggetti.

Non c'è feticismo degli oggetti in Fellini e non può esserci nemmeno in chi osserva i suoi film. Eppure non sono opere che si svolgono nel nulla, hanno precise ambientazioni. Ma quelle ambientazioni non nascono dallo studio attento di un ambito sociale né dalla semplice ripresa distratta di interni ready made. Fellini sceglie un terzo percorso: l'oggetto come simbolo banalizzato con cui riempire lo schermo.

Il vertice di questa tendenza lo raggiunge proprio in *La dolce vita*. Nei film precedenti gli ambienti erano oleografici, necessari alla narrazione: la miserabile casa-cubo di Cabiria, il soffocante alberghetto dello Sceicco Bianco. Nei film successivi giocherà troppo con la dimensione onirica o la trasposizione storica per potersi dedicare agli oggetti del reale. Persino in *Amarcord*, che sarebbe potuto essere il capostipite di quella Operazione Nostalgia su cui si è fondata l'estetica del ricordo attraverso gli oggetti iniziata negli Anni 90, Fellini evita l'oggetto reminiscenza. Lui rievoca persone, parole, luci e fantasmi. Mai un solo oggetto riportabile al regno del design, conscio o meno. Fellini ignora gli oggetti, non ha alcun rispetto per loro. Li usa solo come valenze

banali per creare ambienti banali e, quindi, cornici prevedibili in cui inserire i suoi personaggi.

Il libro è l'oggetto-banale che simboleggia il prototipo dell'intellettuale. Ecco quindi che il regista riempie l'habitat di un intellettuale come Steiner con una grande quantità di libri. Ma sono una presenza fredda. Il quadro antico è l'oggetto-banale che simboleggia il prototipo dell'aristocratico ricco. Ecco quindi che riempie la villa della festa con Nico di quadri antichi. Ma il suo sguardo li sfiora appena, non li rende protagonisti della scena né simbolo di un'epoca.

Il vuoto è il non-oggetto simbolo a un tempo dell'incertezza e del rifiuto radicale della tradizione, parallelo del nero esistenzialista. Ecco quindi che la casa di Marcello è spoglia perché lui stesso è incerto su cosa fare della propria vita e l'unica scelta che ha fatto è stata di andare via dalla provincia e rompere con la tradizione, con la famiglia.

Questo forse è un concetto troppo arduo per Fellini e magari è riportabile a Piero Gherardi, grandissimo artista, ma forse la persona meno adatta ad avvicinare il regista agli oggetti. Anche Gherardi ama allontanarsi dalla realtà contenuta nelle cose, esagerando gli elementi che fanno i personaggi: la diva diventa iperdiva, l'aristocratico iperaristocratico, con eccessi di curve, di piume, di strass, di spocchia.

Come tutti i veri nobili, anche quelli felliniani vivono lontani dal conformismo della moda di abiti e oggetti, chiusi in un universo immutabile, cristallizzatosi nel momento in cui hanno raggiunto il proprio status. Proprio nel 1960, un designer storico come Pierluigi Spadolini teorizzava il fuori serie come allontanamento dal conformismo dello stile diffuso. Un'idea opposta a quella di Dorfles, ma stranamente anch'essa perfetta per descrivere il rapporto di Fellini con gli oggetti.



4. La rivoluzione del disordine

Mai troppo ricco, mai troppo povero. Il frequentatore medio del cinema ha la sua forza proprio nella medietà. Per i produttori è il corrispettivo marketing di Enrico Bottini, il protagonista di *Cuore*, anch'egli espressione di mediocrità, scelto da De Amicis forse proprio perché il grado zero è quello da cui si ha la visione migliore del mondo. Ma il grado zero è anche quello meno interessante da raccontare, così Enrico preferisce raccontarci splendori e miserie dei compagni di scuola più ricchi o più poveri, più intelligenti e meno dotati. Allo stesso modo il cinema scorre sull'asse compreso tra lo zenith di esistenze hollywoodiane e il nadir della crudezza miserabile neorealista, evitando la comunicazione orizzontale che mette in scena una visione specchiata delle esistenze mediocri.

Il realismo piccolo-borghese dei poveri ma belli in realtà era corrotto da un eccesso di ripulitura ambientale e linguistica, una tale eliminazione delle brutture della vita da far pensare a un neorealismo per niente orizzontale.

Nel 1961, con *Colazione da Tiffany* di Blake Edwards, l'ago di questa bussola che indicava solo il nord e il sud impazzisce e svela un'altra direzione. La definizione degli interni e dei décor, la scelta degli oggetti, non è più una questione di ricchezza o di povertà, ma una scelta tra normalità e follia. Holly Golightly non è ricca, anzi è una di quelle montanare ineleganti e ignoranti che in America con termine offensivo si chiamano *hillbilly*. La ragazza fugge a New York e si immerge in un ambiente che non fa distinzione tra ricchezza e povertà, in cui gli oggetti non sono preziosi o miserabili, ma puntano diretti verso l'elemento inusuale.

In *Umberto D.*, film di solo dieci anni prima, si vede una cameriera che si sveglia, guarda un gatto e dispone il necessario per preparare il caffè in una cucina meno che decente, con i tempi lenti e zavattiniani del neorealismo. Nel 1961 Holly fa con ritmo sincopato le stesse cose di quella cameriera e gli oggetti che la circondano non comunicano lo stato sociale, ma solo la sua stranezza.

È desiderio di rompere con la tradizione, scandalizzando il borghesissimo scrittorino che, entrando nell'inusuale bilocale della ragazza, esclama: «Nice little place you've got here». «Che simpatico appartamento», recita il doppiaggio italiano. E non è la stessa cosa, perché nell'originale inglese si sente quell'imbarazzo nel dover trovare un complimento a qualcosa che non incontra il proprio gusto.

Anche se lo scrittorino un suo gusto non lo possiede, tanto che deve affidarsi a una arredatrice per sistemare la casa. Anzi, in inglese è *decorator*, a sottolineare ancora di più il senso di arredare con cose inutili e appariscenti solo per decorare, per fornire quel *decorum* latino che in Cicerone è parte inscindibile dell'onestà. Onestà borghese in cui le cose sono quello che appaiono e non, come nelle scelte di Holly, strumenti che comunicano ambiguità.

L'esempio principe: il divano ricavato da una mezza vasca da bagno. Nessun buon borghese occidentale penserebbe di accogliere i propri ospiti su un simile mobile. Né allora né oggi, visto che nel 2007 l'ecodesigner britannico Max McMurdo, in vena di trasgressione da bancarella, lo ha riproposto uguale, spacciandolo per una novità (e venendo massacrato nei commenti dei forum dai fan di Holly). Su quel divano/vasca siede una ragazza sofisticata/hillbilly che beve latte in un bicchiere da champagne, conserva lo zucchero

nel contenitore del sale, le scarpe in frigorifero e l'occorrente per truccarsi nella casella della posta. Circondata da un gatto che si chiama Gatto in attesa di un nome migliore da trovare quando si avrà una vita migliore. È troppo per lo scrittorino ben pettinato. Che alla fine cede al fascino del disordine, come tanti altri giunti a New York in quegli anni.

Tra loro Andy Warhol che creerà poi la Factory tutta ridipinta in argento, popolata dagli stessi personaggi forzatamente *strani* che vediamo al party a casa di Holly. Produrrà opere che incutevano timore nei borghesi, chiamando arte la riproduzione di scatole di pagliette saponate. Nonostante quanto dicono i testi critici, la Pop Art non è nata come reazione all'Espressionismo Astratto, ma come attuazione tridimensionale della follia e del disordine degli oggetti messi in scena da Truman Capote e Blake Edwards.

5. La follia del frullatore

Il miniappartamento di Holly Golightly abbondava di stranezze apparentemente newyorchesi, ma in realtà debitorie di certi cascami della filosofia esistenzialista che dilagava a Parigi.

Rotolando da livello a livello, dallo studio di Sartre alle copie del Café de Flore, l'esistenzialismo veniva rovinato da forzature del nero e delle stravaganze, fino a giungere ai tristi emulatori italiani, quegli Esistenzialisti di Capri contro cui si scagliava l'ironia di Totò. Ed ecco che, parlando di oggetti, a filosofo si risponde con filosofo e a Sartre risponde proprio Totò.

La filosofia è una riflessione di secondo grado sugli oggetti, anche quelli concreti, quindi muta con il mutare stesso degli oggetti. La riflessione di primo grado equivale alla tecnica, riguarda l'utilità e l'utilizzo delle cose, si svolge quindi nella

mente del creatore e del fruitore che si pongono la domanda: «Come?». Al secondo grado, il filosofo di fronte all'oggetto si domanda: «Perché?». Totò fa parte di questa seconda categoria. Quanto più il design avanza, tanto più alla semplice funzione si aggiungono soffocanti sovrastrutture impalpabili, come il nome del designer *à la page* che oscura l'inutilizzabilità della creazione. Uno per tutti, Phillippe Starck, autore di un design nobile e divertente in cui però l'aspetto ludico ha la meglio sull'utilizzabilità tanto da ridurlo, alla fine, a mero soprammobile.

Ai tempi di Totò, Starck non c'era, ma già dilagava il mistero dell'oggettistica moderna. Non era ancora votata al monolitismo, al soft touch, al dubbio, però l'invasione degli oggetti nuovi negli ambienti domestici era inarrestabile. L'oggetto tecnologico in Totò procura effetti vittimistici che anticipano certe presunzioni contemporanee di modernità.

Che senso ha dare la notizia di un mendace impiegato in malattia sbugiardato dal datore di lavoro che trova le sue foto al mare su Facebook se già nel 1956 Totò, presunto rapito da Ignazio detto il Torchio, veniva scoperto dalla moglie mentre faceva il gaudente in un night romano per colpa di un oggetto tecnologico come la televisione? E perché esaltarsi per una partitella online fatta con un abitante degli antipodi via PlayStation se già negli Anni 20, nella finzione di *Destinazione Piovarolo*, il capostazione Antonio La Quaglia giocava a scacchi via telegrafo con il collega di un'altra stazioncina?

Ma il vertice della crudeltà subita dagli oggetti è raggiunto in *Totò, Peppino e le fanatiche*, dove, sebbene con i termini grotteschi propri di un film comico, la critica alla società dei consumi coatti arriva quasi ancor prima che quella società si sia diffusa. Qui gli oggetti portano alla follia.



Da una parte quella delle *fanatiche* che devono avere tutto ciò che la modernità elettronica propone e diventano le vittime di acquisti compulsivi. Dall'altra mariti e padri tradizionalisti che assistono allo stravolgimento della propria vita rimasta simile a se stessa per decenni, della struttura stessa delle proprie case e finiscono in manicomio. La scena di Totò che ritorna a casa accolto dal frastuono di decine di elettrodomestici tutti accesi, un rumore che rende impossibile ascoltare le voci di moglie e figlia tanto da richiedere nuvole da fumetto per riportare i dialoghi (i fotoromanzi saranno di sicuro una fonte di ispirazione per le *fanatiche*), estenuato da una cacofonia orchestrale di fiati, non può non ricordare i moniti hopi di *Koyaanisqatsi* sulla frenesia della vita moderna che ci distruggerà.

A muovere la violenza di Totò non è tanto l'ansia per le cambiali che nel 1958 erano la chiave al paradiso delle merci e incantavano le fanatiche come oggi fanno Tan, Taeg e interessi-zero. A sconvolgere era la scomparsa della ripartizione tradizionale degli ambienti e dei comportamenti, che stava alla base della filosofia di Totò.

In una intervista rilasciata al telegiornale poco prima di morire, il principe De Curtis accoglieva la troupe in un salotto aristocratico e parlava con fastidio di Totò che era relegato in una cucina popolaresca. Poi il microfono passava in cucina dove il dimesso Totò parlava con rispetto del principe che si trovava in sala. Schizofrenia? Forse, ma meno grave della *follia da frullatore* cui porta il designer che mescola, rinnova, sradica e distrugge secoli di tradizione, che cancella gli odori popolari della cucina per renderla simile a una futuristica sala-macchine.

*It's the end of the world as we know it.
And I feel fine.*

6. La modernità malinconica

Abbiamo visto la contrapposizione tra anteguerra e dopoguerra, tra ricchezza e povertà, tra sala e cucina, tra follia pseudoartistica e buonsenso borghese. Tra non molto i contrasti socio-arredativi si risolveranno in impegno e disimpegno con il Sessantotto e poi, dopo una breve lotta tra esclusività e banalità, scompariranno grazie ai comodi bollettini postali. Intanto manca l'ultima contrapposizione, quella tra città e provincia.

Colma, in parte, questa lacuna *La visita*, un film immeritatamente poco noto di Antonio Pietrangeli e che Masolino d'Amico ha definito troppo crepuscolare per piacere a quel pubblico che nel 1964 amava vedersi preso in giro nelle celebri commedie all'italiana. La dimensione crepuscolare del film è però la sua forza.

Un crepuscolarismo che si esprime con la stessa malinconia di Marino Moretti, temprato dai contrasti del clima continentale, dalla vita noiosa in una provincia ferrarese agricola contrapposta all'idea di un'esistenza urbana più brillante. Il vizio crepuscolare persiste nel disegno di personaggi ingenui (Sandra Milo) o grotteschi (François Périer), non riscattati dalla forma poetica, ma ancora più involgariti dalla crudezza dello schermo. Ma la vera dimensione crepuscolare del film sta negli oggetti che mette in scena. Sono quelle fin troppo citate piccole cose di pessimo gusto cui si fa un riferimento spesso scorretto, senza nemmeno conoscerne l'origine.

Quelle brutture arredative gozzaniane che per il pubblico medio, quello confuso dall'ambientazione ottocentesca del componimento, sono il retaggio di un gusto passato e necessariamente brutto e ridicolo se confrontato con la modernità. Invece quelle cose di pessimo gusto gozzaniane sono l'espressione della modernità, il

frutto di un'industria che iniziava a produrre oggetti in serie, distanti dall'eleganza e dal pregio dell'artigianato. Oggetti pubblicizzati su una rivista nata a fine Ottocento, *Il venerdì della Contessa*, sulla quale Guido pubblicò i primi versi.

Immaginate un Catalogo degli Introvabili dove tra piegabaffi e lozioni miracolose si insinuavano poesie di giovani autori e capirete da dove nasce la passione crepuscolare per la brutta produzione industriale. Questa modernità industriale pubblicizzata dai media lega la nonna Speranza di Gozzano al personaggio di Sandra Milo in *La visita*, la città come la provincia. Quando Sandra Milo comunica al visitatore il suo desiderio di sfuggire alia noia agricola, trasferendosi con lui a Roma, esprime un desiderio

di fuga concettuale, non materiale. La casa della donna sarebbe rimasta la stessa, con gli stessi oggetti crepuscolari che la circondano, quel mescolare modernità a suppellettili appartenute ai genitori, come il letto matrimoniale. Nel mondo di Gozzano il décor tradizionale era stravolto da un protoconsumismo diffuso dai giornali, mezzo secolo dopo è la televisione ad avere questo ruolo, a influire pesantemente sulle scelte consumistiche e di vita di Sandra Milo. Questa stessa colpevole è presente tra gli oggetti di cui la protagonista si fa vanto nel film: si tratta di uno strano modello *a riflessione*, dotato di specchio. Ma à presentato nel film con lo stesso orgoglio che riempie chi oggi possiede un enorme LCD, magari 3D, sistemato in posizione tale che sia visibile dall'invidia dei vicini. Su questo apparecchio la Milo assiste a quegli spettacoli che influiscono sull'arredo di casa sua, innestandosi su elementi più tradizionali, come i campanelli appesi alla porta che innerviscono Périer. Sul camino in casa della donna, invece di due pastorelli innamorati in ceramica bavarese che avremmo potuto trovare in casa di nonna Speranza (e che il fruitore medio definirebbe *kitsch*), vediamo due modernissimi pupazzi in plastica di origine televisiva: Topo Gigio e la sua fidanzata Rosy. Decorativi e innamorati come i pastorelli, ma industriali, figli di una cultura catodica e non artistica. Eppure questi elementi non stonano e si integrano perfettamente nello stile dell'abitazione, realizzata in quello che decenni dopo Alessandro Mendini definirà *design banale*. E non è un caso, forse, se il divano bianco con pezzature nere da mucca sui cui siedono la Milo e Périer è straordinariamente reminescente di certi pattern ricreati per Memphis da Sottsass e De Lucchi all'inizio degli Anni 80, ispirandosi al cattivo gusto (ancora!) di vecchi laminati plastici.



7. Il profumo degli oggetti

I ricchi non amano il design. Perché è soggetto alle mode e ai ricchi non piace la moda. I ricchi sono attaccati alle cose che si tramandano e profumano d'antico. Quando il design non era ancora stato spiegato ai bambini, già il popolo amava circondarsi di oggetti che profumavano di nuovo. Andando avanti nel tempo, l'ansia di novità ha conosciuto scadenze sempre più ravvicinate. I ricchi rinnegano il consumismo e sono sempre molto attenti a non creare pastiches nelle loro abitazioni. Luchino Visconti era ricco. Se Fellini trascurava gli oggetti del presente, Visconti andava oltre e li odiava. Preferiva solo quelli tradizionali, lussuosi. E non amava la *pastiche*: tutti gli oggetti nelle sue opere erano precisi, armonizzati tra loro e con quanto li circondava. L'esempio migliore di questo gusto si ha nell'episodio *Il lavoro*, contenuto nel film di più registi *Boccaccio '70*. In tutte le sue produzioni, cinematografiche e operistiche, Visconti mette in scena oggetti reali, ma ripuliti.

Tende a nobilitare ogni cosa, per questo si sente a suo agio solo dentro contesti aristocratici o comunque altoborghesi, meglio ancora se del passato dove il realismo perde ogni traccia di sporco per vestirsi dell'abito prezioso della ricostruzione storica. Nei momenti in cui deve trattare con fasce sociali inferiori (come in *La terra trema* o *Rocco e i suoi fratelli*), trasporta la narrazione sul

piano nobilitante della tragedia greca. Al punto da scegliere Katina Paxinou, la più grande interprete di tragedie greche, per evitare di trovarsi la realtà sporca di una anziana madre lucana, con biancheria rammendata e serti d'aglio alle pareti. Cancella la modesta borghesia di *Le notti bianche* avvolgendo oggetti e persone nella nebbia o usa i primi piani di Anna Magnani per sviare l'attenzione dalle miserie arredative

delle miserie arredative di *Bellissima*. Come il suo maestro Renoir, Visconti detesta la ripresa diretta degli oggetti casalinghi *ready-made*. Come a Renoir, anche a lui sarà venuta voglia di andare in un gran ristorante ogni volta che avrà visto sullo schermo una minestra con le cipolle non abbastanza rosolate. Sicuramente i cibi veri che faceva mettere in scena nel primo atto di *La Traviata*, e che deliziavano le comparse mute, erano dovute a qualche chef di prestigio.

L'episodio *Il lavoro* risulta esemplare per capire il rapporto di Visconti con gli oggetti della vita quotidiana perché non compie escursioni in classi sociali a lui non consone e non rientra nella categoria della ri-

costruzione storica d'ambito risorgimentale. La perfezione si raggiunge nella scena in cui Romy Schneider è nella sua sala da bagno. In due rapidi primi piani dell'attrice si vede sullo sfondo, sfocaticissimo, un flacone di profumo Chanel, riconoscibile dalla forma squadrata. Visconti pretese dalla produzione che la protagonista, oltre a vestire abiti Chanel, avesse nella propria stanza



da bagno anche i profumi della stessa Maison. La produzione, spaventata dai costi, sottolineava che al cinema il profumo non si sente. Ma Visconti rispose: «Se una donna veste Chanel, usa anche i suoi profumi». Siamo di fronte a un puro feticismo degli oggetti, al desiderio di creare un décor più vero del vero, a patto che si tratti di cose e arredi fuori dal tempo, classici, immutabili.

Thomas Milian entra in camera e trova Romy Schneider con accanto, sul pavimento, un telefono e un giradischi. Ancora una volta l'emancipazione che passa attraverso la modernità degli oggetti. Sono oggetti che rimandano a qualità della persona (socialità e animo artistico) e che, nel 1962, non hanno ancora la valenza del design d'autore, quella garantita dalla doppia firma Zanuso & Sapper che tra pochissimi anni renderà ancora più moderno usare un telefono Grillo o una radio Cubo Brionvega. Non hanno l'impalpabilità del *cool* che Steve Jobs saprà dare ai discendenti di quegli apparecchi, alle loro funzioni banali come la comunicazione e l'ascolto creando iPhone e iPod.

Sia benedetto il fermo immagine che ci permette di cogliere Visconti in fallo oggettuale: tra i dischi che circondano la Schneider c'è un 45 giri di Bill Haley. Cantante di rock'n'roll poco consono forse a una ricca signora che veste Chanel e si profuma inutilmente con Chanel. Perché al cinema non si sentono le fragranze. Ma le copertine si vedono.

8. Tutti uniti nel Radical

Finalmente arriva il design. Quello come lo intendiamo ancora oggi, carico di emblematicità più che di utilità. Gli oggetti smettono di essere cose da usare e assumono una funzione che va oltre la decorazione: comunicano.

Comunicano il desiderio dei creatori di andare oltre la funzione, la tradizione e l'adattamento alle necessità dell'innovazione tecnologica. È il momento in cui ha origine il radical design, con le sue forme innovative che nascono dalla filosofia politica di quegli anni, fatta di partecipazione e alternatività. Alla fine è sempre la confusione a generare i migliori risultati creativi e i radical, che amavano pasticciare ideologicamente tra il consumismo della pop art e il rigore ideologico dell'arte povera, tra l'attenzione alle necessità del sottoproletariato e produzioni dai costi più che impegnativi, hanno lasciato un segno indelebile. Tanto che molti dei prodotti rilasciati al decennio compreso tra il 1964 e il 1974 hanno subito l'Effetto Gioconda: ossia sono presi come icona stessa del design, come quel quadro leonardesco è considerato simbolo pittogrammatico dell'arte.

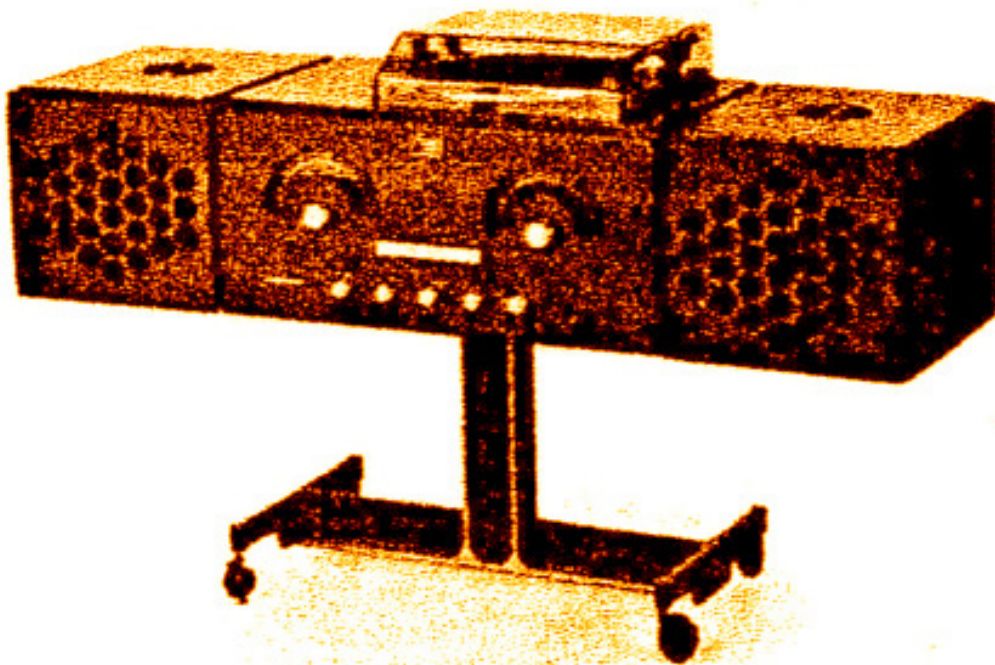
Sissignore, massacrato dalla critica quando uscì nel 1969, è un film radical, perfettamente armonizzato con i tanti oggetti che affollano i suoi interni e con l'estetica del suo tempo. E non solo perché la sceneggiatura di Tonino Guerra, Franco Indovina e Luigi Malerba allude alle situazioni sociali bollenti del periodo con citazioni maoiste (l'arte povera) che cozzano con la produzione della *Piper Cola* (la pop art). È proprio una questione di décor. È la terza regia di Ugo Tognazzi che dirige se stesso oltre che un volitivo Gastone Moschin e una iperdecorativa Maria Grazia Buccella.

Non è un'offesa: l'attrice può essere messa sullo stesso piano dei tanti oggetti presenti nel film in quanto appare rivestita di costumi immaginifici, derivati da una moda altrettanto radical quanto il design. È uno scambio perfetto: i radical prediligevano l'antropomorfismo (il divano *Bocca* disegnato da Studio 65 è del 1970) e il costumista del film rende la Buccella *oggettomorfi-*

ca, con un'integrazione tra arredo e abito che richiama gli *Arredi Vestitivi*, i mobili indossabili in compensato leggero con cui Alessandro Mendini giocherà anni dopo. E non a caso Mendini era stato uno dei protagonisti dell'esperienza radical coeva al film di Tognazzi.

Tutto però si svolge in maniera inconsapevole, afferrando ciò che si spande nell'aria. Tognazzi non enfatizza l'oggetto per mostrare il design fine a se stesso. Si tratta di una scelta che oltre a voler rispecchiare la follia della storia narrata nella follia creativa, punta ancora sull'eterna contrapposizione tra interni di ricchi e interni di poveri. A differenza del pubblico presente nei cinema, solo un industriale come il personaggio di Moschin può permettersi case del genere, colorate, alternative e moderne. Tutti gli oggetti che si notano in questo film sono famosi e ogni fotogramma di interni è quasi una visita a un museo del design degli Anni 70. Tutti quei prodotti erano stati disegnati tra il 1964 e il 1969.

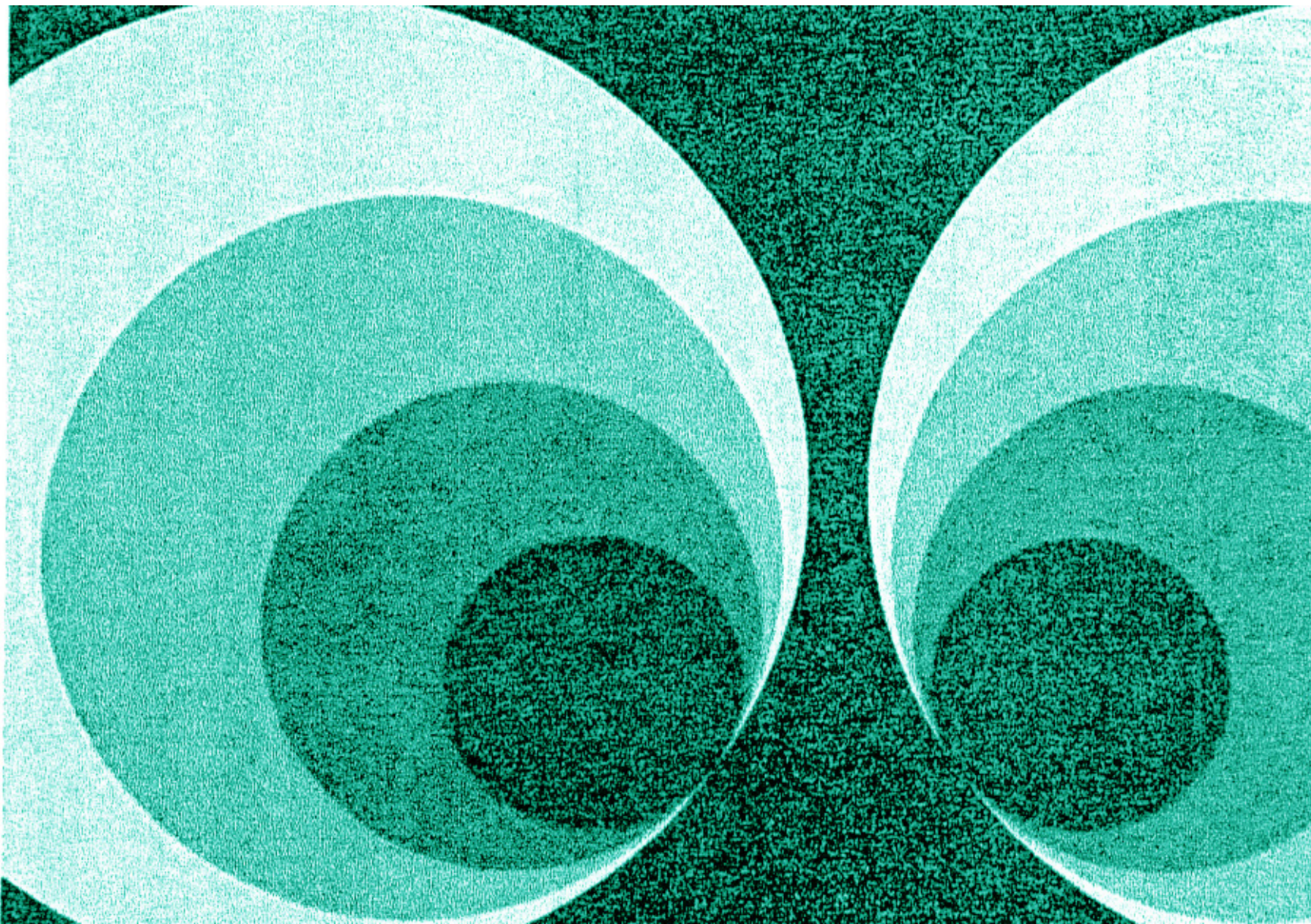
Gli esempi non si contano: dalla lampada *Falkland* di Bruno Munari, prodotta da Danese nel 1964 in tessuto elastico tubolare in cui sono inseriti anelli metallici, al giradischi cubico dei fratelli Castiglioni *RR126* del 1966. Ma erano tutti così innovativi da essere in anticipo sui tempi. Per questo sono entrati nel gusto collettivo solo dopo anni e oggi, con quella stessa sfasatura, sono diventati l'emblema della migliore stagione del nostro design: gli Anni 70.



Lo spirito dei decenni non coincide con i nostri inutili numeri. Inizia a diffondersi sempre prima e nel 1969 Tognazzi filma una situazione decorativa pienamente definita che segnerà almeno altri due lustri. E che, già nel 1969 trova una sua celebrazione quando il MoMA di New York organizza una mostra chiamata *Italy: the New Domestic Landscape*. Il designer Andrea Branzi commenta così quell'importante esposizione: «L'originalità del design italiano impegnato non in una gara edonistica di prodotti, ma a costruire un paesaggio domestico diverso». Potrebbe essere la migliore recensione a quest'opera incompresa di Ugo Tognazzi. Che inizia con una classica corsa in auto con riprese dall'elicottero. Non si può non pensare a *Shining*, che però è di dieci anni dopo. E a proposito di *Shining*...

9. La pizzeria 237

...e a proposito di *Shining*, si deve affrontare anche Kubrick. Questo regista è una vera palestra per coloro che, approfittando del vasto non detto kubrickiano, vi trovano agevolmente tutto quanto desiderano trovarvi. Ma bastano i contenuti extra di un dvd per sbugiardare ogni tesi postuma. Un termine cui i cespugli della critica non rinunciano parlando di Kubrick è *diegetico*. Se la musica in Kubrick è spesso diegetica, non si può dire lo stesso degli oggetti. Intanto, come avviene per tutti i grandissimi registi,



i fotogrammi sono talmente pieni del loro ego da non lasciare spazio all'oggetto semplice, inserito nella narrazione, diegetico, appunto. Succede nell'infastidito Fellini, nel feticista Visconti e anche in Kubrick che ha un rapporto distratto con gli oggetti. Sembrerebbe un controsenso, vista la sua perfezione maniacale, ma proprio la perfezione è il suo limite. Mette una cura eccessiva nella preparazione emotiva della scena e quasi nessuna cura negli oggetti che la riempiono. Lo stesso Jack Nicholson ricorda che Kubrick applicava lo stesso metodo quando sceglieva musiche e scenografie: c'era già tanta bella produzione disponibile, perché creare nuove partiture e nuovi ambienti? Applicava quindi un *ready-made* nelle colonne sonore come nei décor. L'albergo di *Shining* è il migliore esempio di questo metodo: per crearne gli interni il regista non si affidò alla fantasia di uno scenografo, ma fece fotografare migliaia di camere in hotel americani reali, riproducendole poi con tutto il loro carico di anonimato, freddezza, bruttezza. Nelle critiche da forum si legge che in *Shining* sono stati scelti colori che creano sgradevolezza. Ma il disgustoso miscuglio di ver-

de, fucsia, blu e rigati che si osserva nella camera 237 altro non è che la copia di una normale ambientazione degli Anni 70 come se ne trovavano negli studi dentistici, nelle pizzerie e nelle nostre stesse case. Kubrick scatta una Polaroid Instamatic, non compie uno studio di design. Perché non gli interessa. Perché il design, come lo si intendeva da almeno dieci anni in Europa, era ancora ignorato in America nel 1979. Persino il tanto citato bagno rosso non è una scelta sofisticata, ma un frutto tipico del kitsch statunitense. Come in Visconti, anche in Kubrick per osservare il rapporto con l'oggetto si deve scavare nella filmografia, eliminando in entrambi le ricostruzioni storiche (Gattopardi e Barry Lindon), le bizzarrie (pescatori siciliani e militari folli). Per di più, l'americano ha un coinvolgimento ignoto al milanese: la creazione ipotetica di un futuro e delle sue suppellettili.

Alla fine di questa cernita, il momento perfetto per osservare la distrazione con cui Kubrick tratta le cose si ha nei frangenti più intimi di *Shining*. Il triste ambiente domestico in cui vive la famiglia Torrance prima del trasferimento in

albergo, con la sua sciatteria, non è una scelta di antidesign, ma si ferma un passo prima, all'antiarredo. Alla donna elegante viscontiana con il total look Chanel si contrappone la casalinga sciatta kubrickiana alle cui spalle si intravedono tre pentole sui fornelli, sfuocate come il flacone di Chanel. In quella scena la donna e suo figlio mangiano tristi panini americani, le pentole sono quindi inutili come il profumo in *Il lavoro*, ma servono a definire sbrigativamente il personaggio, prima di passare a ciò che davvero interessa al regista.

Kubrick non è autore da cucina. Nell'ambiente piccolo si trova a disagio. Dà il meglio di sé quando ricrea ambienti antidomestici, vastissimi e pompieri, figli di quella Hollywood che a sua volta era figlia della magniloquenza di Alma Tadema: dalla War Room del Dottor Stranamore agli ambienti rococò di 2001, dalla villa della setta di *Eyes Wide Shut* all'albergo di *Shining*. Con i suoi troppi tappeti e gli assurdi lampadari da corte di Re Artù, l'Overlook è, come tutti gli alberghi, la negazione del domestico. Lo usiamo per abitarvi temporaneamente, ma è l'opposto delle nostre case: ha pretese di lusso, di storicità, di prestigio. Persino nei portachiavi, ai tempi in cui non c'erano ancora le schede magnetizzate: quelle palle enormi, pesantissime come se ne vedono in un film di Fantozzi. E a proposito di Fantozzi...

10. Prego, si svacchi!

...A proposito di Fantozzi, ecco un film fondamentale per capire cos'era il mondo prima dell'insopportabile esplosione di quel concetto zoppicante di Made in Italy che, a partire dagli Anni 80, farà di ognuno di noi un esperto di stile e muterà il modo in cui guarderemo al vicino di casa. Non si faranno più i conti della

serva, ma l'analisi del cool. Quando incontriamo per la prima volta Fantozzi è il 1975. Il '68 con il suo desiderio di cancellazione delle abitudini borghesi si è già tramutato in una stanca ripetizione di proclami mai concretizzati. Al punto che la piccola borghesia, ben lontana dalla piazza, vive ancora nel caldo nido dei suoi appartamenti, tra montagne di suppellettili inutili, tentativi di comunicare prestigio e immagini sacre. Tutto è ancora come ai tempi di Totò che lottava con le innovazioni tecnologiche.

Fantozzi, il qualunque piccolo borghese rappresentante della maggioranza silenziosa, dimostra di essere sopravvissuto agli attacchi degli architetti, degli agitatori culturali, del radical design e dell'arte povera. Anzi, resta ben attaccato alle madonnine in ceramica, alle carte da parati napoleoniche, ai mollettoni copritavolo ed evita ogni rapporto con la rivoluzione.

Nel 1931 Ugo Ojetti scriveva a Giò Ponti lamentandosi della *chimera democratica*. Ossia di quella filosofia che negli Anni 20 aveva ispirato dibattiti e mostre di architettura dedicati a un arredamento democratico ed essenziale, rivolto ai ceti meno abbienti. Fatica inutile, specificava Ojetti, perché tanto quegli stessi ceti guardano al modello di vita delle classi superiori e quindi ai loro mobili. Più di quarant'anni dopo, nonostante l'azzeramento provocato dal secondo conflitto mondiale, lo scenario lamentato da Ojetti era ancora valido. Fantozzi cerca di emulare i ricchi non solo nello stile di vita (gioca a tennis, va in barca, alle cene di gala...), ma soprattutto riproducendone gli arredi in scala minore: lampadari a gocce di mezzo cristallo che emulano i Maria Teresa, le foto della bisnonna in luogo dei ritratti a olio degli antenati. In realtà i ricchi non vivevano più così, ma si erano votati al radical design, come si è visto in *Sissignore*.

Il design democratico sognato per gli italiani dagli innovatori degli Anni 20 si realizzerà solo settant'anni dopo con la diffusione dell'Ikea. E solo in parte, in quanto i Fantozzi continuano a diffidare della Svezia, preferendo la tradizione dei mobilifici brianzoli. Il mio sogno proibito resta un ultimo film di Fantozzi, ma girato bene come il primo, da un erede di Luciano Salce, in cui ragioniere e famiglia sono alle prese con il montaggio di un mobile nordico in scatola piatta.

Stando alla larga dal design moderno, Fantozzi non fa la fine del suo omologo televisivo Giandomenico Fracchia, fagocitato dalla poltrona *Sacco* di Zanotta, creata proprio nel 1968 a Torino, l'unica città italiana veramente innovativa dietro il suo rigido aspetto sabaudo. Sedersi su una *Sacco* era la cosa più vicina al sedersi per terra; cancellava la postura delle persone perbene sedute su rigide sedie damascate nei salotti buoni. I personaggi di Villaggio, che non reprimono mai la loro animalità nei momenti più privati, come quando stanno in mutandoni di lana davanti al televisore, restano sconvolti di fronte a un design che cancella il bon ton pubblico, invitando a svaccarsi invece che sedersi. La casa di Ugo Fantozzi e famiglia è una barricata fatta di oggetti tradizionali e inutili, dal copritelefono ai souvenir di Venezia, creata proprio per difendersi da un mondo esterno che corre troppo velocemente verso il disordine. Fuori da quella tana in cui i divani restano incellophanati per non essere mai usati, Ugo e Pina sono colti dalla vertigine nello scoprire i mutamenti sociali.

Nel terzo film della serie, i Fantozzi recuperano il ritardo con il mondo. La Pina, nell'era di Milena Vukotic, diventa donna liberata, il damasco delle zie cede il passo all'animalier, i vez-zosi paralumi ottocenteschi si mutano in freddi cilindri di vetro e acciaio, al fumoso televisore in

bianco e nero subentra una serie di tv a colori sparsi in ogni ambiente della casa. In Italia sono iniziati gli Anni 80 e gli Ugo Fantozzi di tutto il Paese compiono, con dieci anni di ritardo, il passaggio dalla tradizione alla (finta) rottura della tradizione.

11. Tornando a casa

Il ritardo che Fantozzi aveva sull'intelligenza appare nella sua piena drammaticità al cambio di decennio. La massa aveva dormicchiato per tutti gli Anni 70. Erano sonni turbati dalle nuove maschere della Commedia dell'Arte: il Terrorista, il Comunista, il Capellone, il Punk e altri cattivi che entravano nei negozi per compiere espropri, nelle case per okkuparle e per rompere i bicchieri del servizio buono esposti nella cristalliera. Nel 1978 la tempesta non era ancora passata, anzi si preparavano almeno altri quattro anni difficilissimi. Ma, al di fuori delle degenerazioni armate, la parte più vivace della creazione teorica e quella più aspra della contrapposizione estetica e ideologica erano scemate, già oggetto di riflessione postuma. E in questo momento che il ragioniere Ugo, il fuffaro Remo e il contadino Artemio escono dal proprio guscio e fanno due scoperte sconvolgenti. In primo luogo affrontano un mondo di idee per loro inedite che si riflettono in oggetti e ambienti altrettanto inediti. Quindi si rendono conto di avere un traditore





in famiglia, uno che ha già fatto il salto in quel mondo diverso. Fantozzi trova una nuova Pina, rovinata dai settimanali femminili. Artemio scopre che il cugino Severino nel trasferirsi in città ha perso l'originaria innocenza campagnola. Remo Proietti e signora si accorgono di aver generato dei mostri intellettualoidi. E tutti si rendono conto che, nonostante l'ormai lontana illusione del benessere e la più recente promessa di cancellazione delle classi sociali, le contrapposizioni tra città e campagna o tra cultura e ignoranza permangono inossidabili.

Abituati ad avere sulle pareti di casa i santini, gli scugnizzi e i pagliacci tristi di un figurativismo imbevuto di patetismo, Remo e Augusta Proietti vengono scagliati dai figli degeneri nel mondo inedito, dove l'arte non è fatta di decorazione, ma di idee feroci e l'arredamento cancella comodità e convenzione. La figura di Anna Longhi che alla Biennale di Venezia si riposa su una sedia e viene confusa con una performance concettuale è forse l'immagine più potente della distanza tra popolo e intelligenza propria del Novecento postaccademista costellato da troppe avanguardie.

Ecco il ritardo: Gino de Dominicis espose un vero handicappato seduto su una sedia affissa al muro alla Biennale veneziana del 1972. E al 1970 risalgono le sperimentazioni di molti, tra cui gli architetti di Archizoom Associati, sulla cancellazione dell'arredamento borghese, puntando invece a «spazi liberi» e a «un uso spontaneo della casa». L'episodio *Le vacanze intelligenti* (dal film collettivo *Dove vai in vacanza?*) con Alberto Sordi e Anna Longhi è del 1978; arriva quindi quando quelle ricerche sono già cenere, mentre stanno per nascere la Transavanguardia, che porterà al recupero della pittura, e l'estetica postmoderna, che spegnerà i toni drammatici del concettualismo per recuperare anche il figurati-

vismo patetico in chiave ludica. Come dimostra *Il Vecchietto* di Teomondo Scrofalo, il quadro diventato simbolo dell'Asta Tosta di Ezio Greggio a *Drive In* nei primi Anni 80. È un segno forte. Dieci anni prima, di certe cose non si poteva nemmeno ridere. Si dovevano solo distruggere. Quando nel 1984 esce *Un ragazzo di campagna* con Renato Pozzetto tutto quanto era in nuce nel 1978 era già maturato. Questo è un film esemplare perché in linea con la filosofia che predicava il ritorno a una natura da cui non eravamo comunque mai partiti, simboleggiata dal mulino di un noto pastificio. L'idea di campagna pura è similmente falsa nel film con Pozzetto e negli spot, ma il primo si salva perché ha un dichiarato fondo grottesco, mentre i secondi irritano in quanto la presunta natura è prodotta industrialmente, trasportata con tir inquinanti e venduta in ipermercati deumanizzati. Il film di Pozzetto ha un momento rimasto celebre, quello del monolocale che contiene in pochi metri quadrati un'intera casa. Sembra solo una gag invece è un altro esempio di ritardo rispetto alla sperimentazione. Nel 1968, alla XIV Triennale di Milano, Alberto Seassaro presentò un blocco arredo polifunzionale estensibile, un cubo che si apriva e rivelava un'abitazione ai minimi termini. Quella Triennale fu segnata da forti contestazioni. Sedici anni dopo Pozzetto scioglie le tensioni in una risata. Si ride della sperimentazione perché quanto si voleva distruggere tornava a casa e veniva sdoganato. A cominciare dal corpus di Teomondo Scrofalo.

12. Il futuro è nero, opaco

Ci siamo ritrovati negli Anni 80 quasi all'improvviso. A differenza di quanto era accaduto nei decenni precedenti e di quanto vivremo in quelli

successivi, quando gli oggetti hanno continuato a sovrapporsi intorno a noi senza mai tagli netti, se non i nuovi arrivi apportati dalla tecnologia. In passato c'erano stati rifiuti del precedente. Gli eccessi barocchi cancellati dal rigore neoclassico scompigliato a sua volta dal furore preromantico. Oppure i *capelloni* che contestavano i *matusa* negli Anni 60, i figli intellettualoidi di Remo Proietti che si vergognavano del padre. Generazioni naturalmente contrapposte. Negli Anni 80 invece ci siamo scoperti a lottare contro noi stessi. Il personaggio di Fabrizio Bentivoglio che in *Via Montenapoleone* di Carlo Vanzina (1986) gode dell'esclusività propria di certi oggetti lussuosi è lo stesso che fino a pochi anni prima si esaltava nell'esporre il borsello o nell'attaccare la coda di volpe all'antenna dell'autoradio.

Capire cosa lo abbia trasformato in pseudoesperto di design è difficile. Forse il fatto di vedersi specchiato nel personaggio del Terruncello, su cui grava un dubbio irrisolto di paternità: Giorgio Porcaro o Diego Abatantuono? Messo di fronte a quello specchio impietoso, l'italiano ha fatto scomparire le presunte brutture, sostituendole con il costoso marchio del Made in Italy. Questa patinatura del popolare ha condotto moda e design in quel coma in cui ancora oggi persiste.

L'atteggiamento da erotofilo amante della cultura nipponica di Bentivoglio è troppo simile a quello di Mickey Rourke nel coevo *9 settimane e 1/2*. Ma era copia, non tendenza globale. In America il senso del design è proprio di una bolla sociale in cui si muovono galleriste come Kim Basinger e ricchi broker come Rourke. Intorno a loro, l'America popolare e incolta continuava a vivere in scenari rurali da American Gothic o nella stessa fòrmica dei fast food di trent'anni



prima. Quella fòrmica che Memphis aveva nobilitato con il tocco del design. Proprio come, negli stessi anni, gli hamburger, il cibo scadente consumato sulla fòrmica di quei lontani fast food, arrivava in Italia ripulito, patinato, colorato, moderno e legato all'ultima cultura giovanile che, dopo il punk, abbia avuto rilievo estetico: i paninari, non a caso grandi feticisti degli oggetti.

Il lavoro dei Vanzina è un film di nessun rilievo per la storia del cinema, ma irrinunciabile per capire il livello di corruzione al quale oggetti, moda e design erano giunti a meta Anni 80, quando si era verificato l'esatto contrario di quanto ci si auspicava negli Anni 20. Allora dovevano essere gli oggetti a diventare democratici, scendendo al livello di un popolo che avrebbe ottenuto standard migliori di igiene e comfort. Nel 1986 l'oggetto aborrisce la democrazia e serviva per nobilitare un popolo che aveva risolto le più volgari necessità primarie e che al pane preferiva cracker dietetici pubblicizzati con la stessa fotografia erotico-patinata di *9 settimane e 1/2*. Il tremendo film di Carlo Vanzina, con tutti i suoi errori concettuali (uno per tutti: l'improbabile passerella di moda in cui sfilano uomini e donne), è una fiera esemplare di marchi e oggetti che facevano stoltamente credere di poter raggiungere il prestigio attraverso il semplice possesso. Allo stesso modo in cui ai tempi molti credevano di pervenire alla cultura e al lusso solo acquistando e non leggendo gli eleganti fascicoli di *FMR*, la rivista di Franco Maria Ricci.

Gli oggetti sono gridati sullo schermo: dalla San Pellegrino alla YLO, dai primi costosi lettori cd al telefono *Notturmo* di Giorgio Armani, straordinario parallelepipedo nero che al ricevimento di una telefonata illuminava una striscia di led

verdi. Si sente la forzatura dell'oggetto nel fotogramma, non il suo scivolare necessario nella storia. Diversamente da quanto avveniva solo due decenni prima, ai tempi dei Vanzina e di Lyne il lusso non brilla più, ma coincide con la finitura matte black, il nero opaco del telefono di Armani, degli arredi di Mickey Rourke, delle pagine di *FMR*. Ma il fruitore medio delle riviste d'arte patinate e del design costoso non aveva una vita intellettuale dallo spessore proporzionale. Quando, al centro di tutto questo lusso, Bentivoglio fa partire un cd, invece di jazz rarefatto o di complessi suoni contemporanei che farebbero il paio con l'esclusività del décor, si diffondono le note scendenti di una canzoncina di Phil Collins. Perché dentro si è rimasti Terruncielli.

13. Serata Tupperware

L'evento sismico che ci aveva scagliato negli Anni 80 non si è più ripetuto. Il tempo ha ripreso ad avanzare senza salti. Ma qualcosa di diverso ha segnato il passaggio al nuovo decennio, una stasi che ha moltiplicato l'accumulo. Negli Anni 90 non si è buttato via niente. Bastava fare un giro negli uffici. Cambiavano i computer, ma tutto il corollario restava identico. Le lampade erano ancora quelle specie di gru metalliche con cui si era cercato di dare una valenza estetica all'ambiente di lavoro, prima considerato sgradevole. Ma il loro persistere tra graffi e molle detensionate dava solo il senso di una crisi generale di mezzi economici e di idee. Il corredo di oggetti colorati e forme inusuali dei tempi dei Vanzina e di *Drive In* aveva iniziato a scolorirsi, a riempirsi di polvere. Non a caso i colori tipici del decennio sono quelli terrei del design etnico, tanto che i Vanzina in *Squillo* usano negli arredi sassi, giunchi e altri richiami a un'Africa di maniera.

Sono sfumature impallidite dei colori primari e l'uso esteso del grigio e delle immagini desaturate di molta grafica del periodo. Le tante campiture in colori acidi, come nei flyer dei rave, sulle copertine dei dischi di drum 'n' bass o dei videogiochi, nella grafica di The Designers Republic, non comunicano gioia, ma tensione, contrapposizione. L'arancione della grafica di *Trainspotting* non è solare, ma è un segnale d'allarme. Insomma, negli Anni 90 le persone non sono felici e anche gli oggetti piangono. E le loro lacrime più amare le piangono nella celebre scena del pranzo di *Le fate ignoranti*. Forse sono le stesse lacrime amare di Petra von Kant, perché Özpetek gioca con la stessa materia di Fassbinder e crea pupazzetti con il Pongo, laddove il regista tedesco creava nella roccia statue abbozzate di tragicità espressionista.

Assistiamo a un nuovo fenomeno: dopo tanti oggetti esposti e osservati nei film ora è il film a essere l'oggetto. Prima erano gli oggetti a parlare: il Topo Gigio di plastica o il flacone di Chanel erano richiami a un mondo esterno figlio della sua epoca. Ora è l'oggetto-film che comunica il mondo interiore del regista. Sono noti i tanti richiami ad altre pellicole che Özpetek ha inserito nel suo lavoro, ma non si tratta di citazionismo postmoderno. È un tipico atteggiamento degli Anni 90: porre l'accento sulla sensibilità, sulla propria interiorità e sulle relazioni con gli altri. Özpetek come Kurt Cobain, paladino dell'intimismo tormentato tardoadolescenziale. Özpetek come Susanna Tamaro, il cui romanzo *Va' dove ti porta il cuore* segna il vertice della tendenza intimista del decennio. Ma Özpetek anche come l'artista francese Sophie Calle, che rende la propria vita privata e relazionale oggetto della propria arte. Allo stesso modo la vita di Özpetek è l'oggetto principale dei film del regista.

La Calle, invitata a parlare d'arte, precisa di preferire le questioni private a quelle tecniche. Allo stesso modo Özpetek preferisce mettere in scena i richiami ai suoi film preferiti, il modo in cui riceve i suoi veri ospiti sulla sua vera terrazza. E tralascia la tecnica. Le riprese della scena del pranzo non sono né migliori né peggiori di quelle che, in quegli stessi anni, vedevamo in uno spot di sughi pronti. Gli oggetti, quelli veri, non sono che comparse sullo sfondo. Eppure anch'essi parlano a chi li sa ascoltare. Sono oggetti vecchi, servizi di piatti scompaiati, sfridi di una ricchezza che comincia a scomparire con il susseguirsi delle crisi globali. Sono cose che raccontano della morte del gusto il design.

È il trionfo della seconda mano. Non a caso uno dei personaggi che arriva a pranzo iniziato viene definito «la santa protettrice delle bancarelle di Porta Portese». Özpetek cita l'accumulo di oggetti già visto nell'Almodóvar di quindici anni prima. Ma lo fa senza alcuna ironia, senza alcuna capacità di sbalordirsi e sbalordire.



L'appartamento almodovariano è una studiata Wunderkammer barocca, la terrazza özpetekiana è una discarica caotica. Su tutto è scesa quella patina di tristezza che fa piangere gli oggetti. In altri ambiti si diffondeva il minimalismo di un design e una moda essenziali, severi, eppure preziosi. A casa di Özpetek si respira invece il poverismo. Ma risulterà vincente.

Si diffonderanno le case-discard, dove si organizzeranno cene delle anime disperate, con lo stesso glamour di una serata Tupperware. I Tupperware servono a conservare gli avanzi. E gli Anni 90, come il cinema di Özpetek, proprio di avanzi erano fatti.

14. A.A. Aeroporti anonimi

Tujiko Noriko è una musicista giapponese che su base glitch canta i luoghi della vita moderna: treni, aeroporti, città. Il tutto senza usare le solite immagini stereotipate né avversare la modernità, come fanno i nostri epigoni pasoliniani, ma esaltando il fascino insito negli oggetti del progresso. Per fortuna al mondo non ci sono solo i pauperisti özpetekiani, impegnati con balocchi di legno stinto, o i seguaci dell'antropologo Marc Augé, teorizzatore dei non luoghi. Partendo dalla Combray di Proust (cui io sostituirei la terrazza di Özpetek), Augé scrive che un luogo può definirsi «identitario, relazionale, storico», mentre uno spazio non definibile come tale, uno spazio senza identità o ricordi, diventa necessariamente un non-luogo. È una visione passatista e inutilmente nostalgica. Prima di proseguire si deve spiegare come mai, dopo aver osservato gli oggetti nei film si conclude ora parlando di luoghi. Perché l'oggetto come l'abbiamo inteso dal Bauhaus in poi è ancora una volta mutato. E i film tendono a cercare complicità o a suscitare desiderio nel



pubblico non più attraverso le cose, ma attraverso i luoghi che contengono le cose. Nel 2004 la globalizzazione ormai è inarrestabile, gli stili di vita sono identificabili con nicchie sociali internazionali e non con popoli e nazioni e il continuo succedersi di crisi ha modificato o persino cancellato l'idea di esclusività attraverso gli oggetti che abbiamo osservato nei Vanzina.

In *The Terminal* di Steven Spielberg l'oggetto che parla al pubblico coincide quindi con l'aeroporto stesso. Solo dieci anni prima, lo spettatore di *The Terminal* avrebbe considerato l'aeroporto come semplice location e non come oggetto. Nel 2004 la diffusione dei voli low cost ha reso l'aeroporto un luogo noto a chiunque. Era con un po' di vergogna che ci si vedeva rappresentati sullo schermo attraverso le cambiali di Totò o la mancanza di cultura del fruttarolo Remo. Riconoscersi in un'esperienza condivisa come il passaggio nel metal detector o la lettura ottica del passaporto è invece esaltante per un certo pubblico che non vuole rendersi conto di come viaggiare in *last minute* sia esteticamente avvilente quanto guidare la Bianchina del ragionier Fantozzi. Forse a livello inconscio l'oggetto-aeroporto di Spielberg esercita una funzione lenitiva: viviamo sempre peggio e con sempre meno mezzi tra low cost e discount. Eppure ecco qualcuno che sta peggio: gli europei dell'ex blocco comunista che condividono con noi la straccioneria, ma che a differenza di noi non hanno ancora imparato a mentire a se stessi, fingendosi ricchi e cool solo perché si ha accesso allo scalo.

Per capirlo bisognerebbe confrontare l'oggetto-aeroporto di Spielberg con l'oggetto-aeroporto rappresentato da Jacques Tati in *Play Time*. Nel 2004 lo scalo aereo è un baraccone rumoroso e rozzo come un luna park o un mercato

e nel quale viaggiare è l'ultimo degli scopi. Lo fa notare un personaggio stesso del film quando dice a Tom Hanks che l'unica cosa che può fare lì dentro è «Shop».

Nel 1967 Monsieur Hulot si muoveva con tutta la grazia e lo stile dell'epoca in quello che era l'elegante punto di transito della jet society, rigorosamente occidentalizzata, e precluso alla massa. Forse l'idea di non luogo è venuta in mente a Augé proprio assistendo a *Play Time*. Qui sì che l'aeroporto non comunica alcuna condivisione di esperienze, ma estraneità con quei colori volutamente stinti e quel décor che lo rende simile alla sala d'aspetto di un pronto soccorso.

Qui sì che lo spettatore non prova identità e relazione con la propria storia come invece fa davanti al film di Spielberg quando riconosce marchi-oggetto di catene internazionali, da Boss a Burger King a La Perla e tutte quelle altre insegne di cui nutre la retina passeggiando nella via principale della propria città.

Questi marchi-oggetto, uniti alle citazioni di serial come *Friends*, rendono l'aeroporto di Spielberg un superluogo in cui ci si sente del tutto a casa. La teoria dei non luoghi di Augé si ferma ai confini di Tativille, la meravigliosa città che contiene tutte le città ripetendone le immagini stereotipate da cui oggi rifugge Tujiko Noriko: il grattacielo, gli edifici di vetro senza storia e calore, l'assenza di intimità, la fretta, il traffico. Tativille è talmente un non luogo che non vi si parla nessuna lingua, pur percependo frammenti di vari idiomi.

Nell'aeroporto di Spielberg si parlano tutte le lingue, eppure l'unica che capiamo e quella statunitense dei logo e dei format. O, al massimo, quella muta dei pittogrammi che ci indicano pietosamente dove si trovano le toilette.

Labrancoteque S32.2013 è stato realizzato interamente da Tommaso Labranca. I materiali contrassegnati da una data in fondo al testo sono già apparsi su altre testate o in uno dei siti gestiti nel corso degli anni e non più attivi. Quelli senza data sono stati realizzati appositamente per questo numero di Labrancoteque. Tutti i contenuti sono coperti da licenza CC-BY-NC-ND.

www.labrancoteque.info

info@labrancoteque.info