

## ANACRONISMI DEL DESIGN

# La fragile «aura» rinata nel lusso

di Deyan Sudjic

In un'epoca secolarizzata, in cui né la magia né la religione (fonti originarie dell'arte) hanno lontanamente il prestigio di cui godevano un tempo, il lusso può essere inteso come una loro sintetica alternativa. Per taluni oggetti, il concetto di lusso viene utilizzato per creare l'aura che un tempo era fornita dall'arte. Non si deve più credere in Dio o nella magia per venire sedotti, per quanto in misura minore, da una versione banale del lusso. D'certo il lusso è diventato la forza trainante che alimenta le economie industriali dell'Occidente. Esse hanno lasciato la manifattura essenziale alla Cina e si sono invece concentrate sul costruire automobili che profumino di cuoio accuratamente conciato, con portiere pesantissime che si chiudano con un leggerissimo e rassicurante schiocco. Nel lungo termine ciò non sarà però sufficiente per porre al riparo l'economia europea. Siamo nel mezzo di un violento cambiamento d'umore. Presto le automobili diventeranno o utilitarie o Ferrari. Saranno veicoli autonomi che si guidano da sé, coi quali non avremo più nulla del coinvolgimento emotivo con cui le intendiamo invece adesso. Le convocheremo con lo smartphone, in maniera tale che ci conducano dove ci pare e ci consegnino alla nostra destinazione. Non avremo più bisogno di posteggi, ampi parcheggi o garage.

Dall'esperienza di utilizzare un veicolo del genere non trarremo alcun piacere, né riceveremo alcuna impressione di lusinga dell'ego. All'estremo opposto, le automobili saranno vendute come se fossero opere d'arte. Saranno fatte a bassa tiratura. Le Ferrari e le Bentley, le McLaren e poche altre marche non saranno mai costruite a più di diecimila esemplari l'anno. Possederne una sarà l'equivalente di avere una licenza privata da pilota. Verranno collezionate: è impressionante quanti proprietari di Ferrari non riescano a fermarsi con una e si costruiscano gallerie in cui mettere in mostra le loro collezioni. La Ferrari vende di già automobili in un sistema che assomiglia più a quello del mondo delle gallerie d'arte che a quello del commercio delle macchine. I mercanti d'arte restringeranno dunque drasticamente il mercato secondario, scegliendo a chi vendere e mantenendo alto il valore attraverso la scarsità,

con prezzi protetti a lungo termine nelle vendite all'asta. È una situazione che ha garantito ampio margine ai falsari e a dispute sull'originalità, esattamente come se queste automobili fossero oggetti d'arte creati da Damien Hirst.

L'Europa è nel *business* delle valigie costose, degli orologi da polso di estrema precisione, e dei velivoli militari, costruiti con esotiche leghe e fibre di carbonio e in grado di volare alla velocità del suono.

Sono, palesemente, tutti a loro modo beni di lusso. Non ne abbiamo bisogno, le nostre culture non ne hanno bisogno, e tuttavia, se non li producessimo e comprassimo o vendessimo, ne soffriremmo tutti: pertanto, in un certo senso, ne abbiamo decisamente bisogno. Il lusso d'altronde è un concetto sfuggente nel contesto contemporaneo. Stupisce anche il semplice fatto che sia sopravvissuto come fenomeno, in un periodo nel quale possediamo tante più cose, tutte più facilmente fabbricabili che in passato, quando le abilità venivano tramandate di generazione in generazione. È ulteriormente impressionante che il lusso sia riuscito a mantenere il proprio fascino, data la natura arcaica di così tanti oggetti che concettualmente ne sono l'incarnazione e considerato che siamo in un periodo in cui, in un mondo digitale, gli oggetti stessi stanno perdendo fascino. Sembra essere più facile infondere la qualità del lusso in categorie di oggetti che sono sull'orlo del diventare superflui invece che creare nuovi oggetti in grado di mostrarla.

Alcuni oggetti sono più superflui di altri. Se l'orologio da polso conserva tuttora il suo prestigio, la penna stilografica ha perso l'attrattiva di cui godeva un tempo.

Al contrario l'orologio da polso è stato in grado di conservare la propria posizione di artefatto desiderabile grossomodo nella stessa forma che aveva assunto all'inizio del XX secolo, quando Cartier aveva cominciato per primo a produrre orologi da uomo. L'orologio da polso tradizionale è stato in grado di superare il boom della tecnologia al quarzo, anche se ha traballato per via dell'introduzione di interfaccia digitali, distinti da quelli analogici.

Ciò che rende l'orologio da polso diverso dalla stilografica è che la sua forma è nata dalla collaborazione fra gioiellieri - che facevano le casse - e fabbricanti di meccanismi interni: in origine erano loro a fornire le componenti. È interessante riflettere sul

fatto che la Apple abbia mantenuto la forma dell'orologio da polso, perché si tratta di una specie di voto di fiducia per tale forma.

La gioielleria da sempre ben comprende l'interazione emotiva e tattile fra persone e cose. Si tratta di un'interazione richiesta da ogni tipo di oggetto personale, che però pochi conseguono. E il fatto che la Apple fosse pronta a fare ciò che definisce un orologio, addirittura d'oro, in effetti è stato un voto di fiducia per l'idea.

Le tecnologie arcaiche hanno il loro appeal. I fanatici delle tecnologie audio hanno mantenuto in vita il disco in vinile. Ci sono produttori che hanno iniziato a usare le valvole anziché i circuiti stampati. Ma il fascino trabocca facilmente nell'assurdo. Nel momento in cui i lettori digitali hanno rimpiazzato pulsanti e aggeggi vari sulla plancia delle automobili per il mercato di massa, come può un cruscotto in noce progettato come retro di un set accuratamente delineato di pulsanti convincere o accontentare gli acquirenti? Quando questo avviene, il noce diventa un anacronismo, non una ricchezza. Non denota lusso, bensì pretenziosità.

Poiché il cellulare si trova sempre in mano e vicino alla bocca e alle orecchie, esso ha un rapporto con l'utente più intimo di quello che si può avere con un orologio da polso.

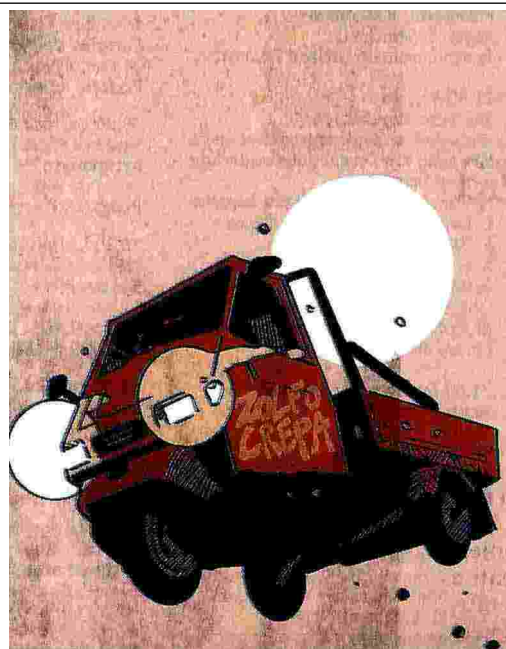
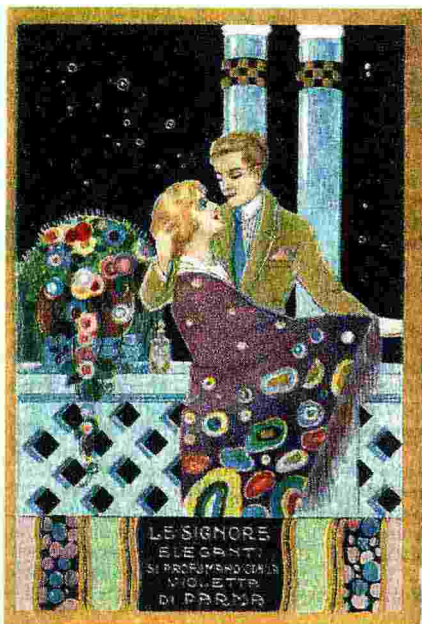
L'interfaccia visuale, i suoni che fanno, i meccanismi che proteggono la loro tastiera, offrono ampio margine ai progettisti per conferire personalità ai cellulari. Eppure, quando i costruttori di telefonini tentano di produrre ciò che chiamano prodotti di lusso, fanno molta più fatica dei costruttori di orologi. La strategia convenzionale è consistita nell'utilizzo il più ostentato possibile di metalli e pietre preziose. Ma una cassa placcata in oro per un oggetto che diventa tecnicamente superfluo nel giro di sei mesi appare di una stridente dissolutezza perfino nel bel mezzo di una cultura dell'eccesso.

I tentativi di creare *laptop* di lusso sono stati altrettanto vani. Le tastiere in legno, le custodie in cuoio, o addirittura le casse in fibra di carbonio sono apparsi fuori luogo e basta. Sono la velocità del disco rigido e l'efficacia del sistema operativo a farci affezionare a un computer. Non è l'appropriazione di materiali anacronistici che dà personalità al computer.

(Traduzione dall'inglese di Antonio Gurrado)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'autore sarà domenica 17 alle ore 10  
in Piazza XX Settembre a Modena**



**L'ARTE IN TASCA. CALENDARIETTI RÉCLAME E GRAFICA 1920-1940**

Al Museo della Figurina (Palazzo Santa Margherita, Corso Canalgrande, 103 Modena) apre venerdì 15 la mostra dedicata ai calendarietti tascabili detti anche «da barbiere» che venivano donati al cliente e lo accompagnavano per tutto l'anno. Nella foto, «Il fascino dei profumi», 1929, illustrazione di Sergio Nicolò De Bellis per la pubblicità della profumeria Borsari di Parma

**MARINO NERI,  
JOHNNY  
PAGURO.  
ROMANZO  
CON FIGURE**

Sabato 16 alle 21 live painting musicato con anteprima in corso d'opera della nuova graphic novel di Marino Neri (nella foto la copertina de «L'incanto del parcheggio multipiano»). Alla Biblioteca Civica Antonio Delfini, Corso Canalgrande 103, Modena dove fino al 30 settembre sarà allestita una piccola esposizione di tavole originali dell'autore



**SCART.  
IL LATO BELLO  
E UTILE  
DEL RIFIUTO**

Curata da Maurizio Gianì, si inaugura venerdì 15 a Modena presso il Complesso Culturale San Paolo e al Caffè Concerto (Piazza Grande, 26) la mostra dedicata alle opere degli studenti delle Accademie di Belle arti di Bologna e Firenze realizzate presso il Waste Recycling, società del Gruppo Hera, che coniuga il riciclo con il mondo dell'arte. Nella foto, «Luciano Pavarotti» di Arianna Tosi, realizzata con silicone, pelle, gomma, polistirolo, zanzariera e fili di ferro