00063898.tif (2480x3508x2 tiff)

16 MAR 2001 CORRIERE DELLA SERA da pag.35

IL CASO PRADA *Vittorio Gregotti commenta la mostra dedicata ai nuovi progetti per la casa di moda. E avverte: non delegittimate la pratica della costruzione*

Quando la filosofia dello shopping contamina l'architettura

Da qualche giorno è aperta con molto successo presso lo Spazio Prada di via Fogazzaro 36 a Milano una mostra che vuole affrontare con nuovi materiali e nuova spregiudicatezza la relazione tra moda e progetto di architettura: o meglio la loro immagine. Quando molte persone accorrono per vedere un'immagine fantasmatica, anche se forse si richiede non di capire ma solo di partecipare a una festa, qualcosa da capire vi deve essere. Magari si tratta solo (e non è poco) del tentativo di annullamento del significato, della fusione nella pure immagine multimediale (come si dice oggi) di discipline un tempo diversamente fondate, della frammentazione degli elementi ridotti a pezzi di materie staccate, della separazione rigorosa delle forme dal loro uso.

Qualcuno di noi può giudicare lievemente perverso questo feticismo dell'inorganico, ma probabilmente «è la società stessa che è diventata inorganica — come ha scritto Perniola — cioè comprensibile molto di più attraverso gli effetti delle performance che vi si svolgono piuttosto che attraverso le azioni dei soggetti progettanti». Di seduzione quindi si tratta e non di comprensione. Tutto questo sembra inseguire con omogenea coerenza quella parte ormai rilevante dell'immaginario collettivo costruito sulla falsa coincidenza di libertà (in quanto pura assenza di impedimento), con la flessibilità e l'infrazione rese ormai del tutto innocenti dall'operazione puramente stilistica. Qualcuno potrebbe scoprire che «il re è nudo» ma per ora sembra che nessuno voglia azzardarsi di rendere esplicita quest'ipotesi.

Chi ha come obiettivo vendere vestiti e borse, trova il miglior alleato in questa eccitazione continua, in questo «sex appeal dell'inorganico», come lo definiva Benjamin, scioglimento di ogni forma nella transitorietà sublime. Quindi non «molto rumore per nulla», come si potrebbe dire guardando alla consistenza creativa e persino la scarsa novità delle cose esposte ma, al contrario, molto rumore in funzione precisa dell'espansione del mercato dei consumi di lusso.

Un po' più complicata diventa la questione quando queste attività cercano di delegittimare quella che un tempo si definiva cultura delle arti in quanto pensiero critico. Naturalmente, anche se si tratta di due studi di architettura (Herzog de Meuron e Rem Koolhaas) non è detto che questa mostra sia una mostra al cui centro sia l'architettura.

Sono almeno una ventina di anni che dall'ibridazione della tradizione della nostra disciplina con la scenografia cinematografica e televisiva, i videoclip, gli spettacoli rock, la moda, insieme a tutto il loro contorno di mezzi di comunicazione di massa, si è sviluppata un'interessante attività, con proprie specifiche regole, un'attività tutta volta a sollecitare il gusto della maggioranza, coincidendo organicamente con le sue oscillazioni, preparando per esse un'adatta scenografia.

Naturalmente, io ho il massimo rispetto per questa importante e redditizia attività, purché essa non venga presa a modello dalla pratica artistica dell'architettura. Non importa che questa nuova attività fatalmente (come ogni aspetto visivo della contemporaneità) eserciti un'attrazione sull'immaginario dell'architettura, al contrario di quanto aveva l'architettura nei confronti della decorazione teatrale nel XVII secolo; è un affare dell'architettura saper utilizzare queste come altre esperienze ai suoi fini, senza per questo rinunciare alla propria ontologia.

Poiché il nostro è un mondo dominato dalla relazione tecnologia-economia non è detto che l'arte debba essere arte della tecnologia o dell'economia, anche se esse costituiscono un materiale rilevante da orientare, attraverso la costruzione della figura architettonica, verso proprie finalità e contenuti.

E la stessa cosa si può dire dei materiali che provengono da altri aspetti dell'immaginario collettivo, per quanto trionfante esso possa apparire: primi fra tutti quelli che provengono da una mostra come quella promossa, meritevolmente, proprio da Prada.

Vittorio Gregotti