

This page is also available in english

## INFO

**AIS/Design. Storia e ricerche** è la rivista on line, a libero accesso e peer-reviewed, dell'Associazione italiana degli storici del design.

La rivista, fondata nel 2012, pubblica ricerche in tutti gli ambiti della storia del design.

**ISSN:** 2281-7603

**Periodicità:** semestrale

**Indirizzo:** AIS/Design c/o Fondazione ISEC, Villa Mylius, Largo Lamarmora, 20099 Sesto San Giovanni (Milano).

**Sede legale:** via Cola di Rienzo, 34, 20144 Milano

**Contatti:** [journal@aisdesign.org](mailto:journal@aisdesign.org)

---

## CALL FOR SUBMISSIONS

**AIS/Design. Storia e ricerche** opera per l'avanzamento della ricerca in tutti gli ambiti della storia del design e per la pubblicazione della ricerca scientifica di qualità. I contributi dovranno essere ben argomentati, rilevanti in relazione agli obiettivi principali della rivista e tali da offrire un apporto sostanziale agli attuali argomenti di interesse.

Le proposte saranno accolte in qualsiasi momento. I contributi proposti devono essere originali. Non si terranno in considerazione ricerche già prese in considerazione per altre pubblicazioni in riviste o libri in versione italiana, inglese o in altre lingue o che siano repliche di lavori già pubblicati nelle parole o nel senso.

*Open calls:*

AIS/Design Storia e Ricerche n. 4

Italian Material Design: imparando dalla storia  
a cura di G. Bosoni e M. Ferrara

Submissions 7 Luglio 2014.

[Vai alla call](#)

RILETTURE

ID: 0308B

## L'ASINO DI PAGLIA: KITSCH PER TURISTI O PROTO-DESIGN? ARTIGIANATO E DESIGN IN ITALIA, 1945-1960

Penny Sparke

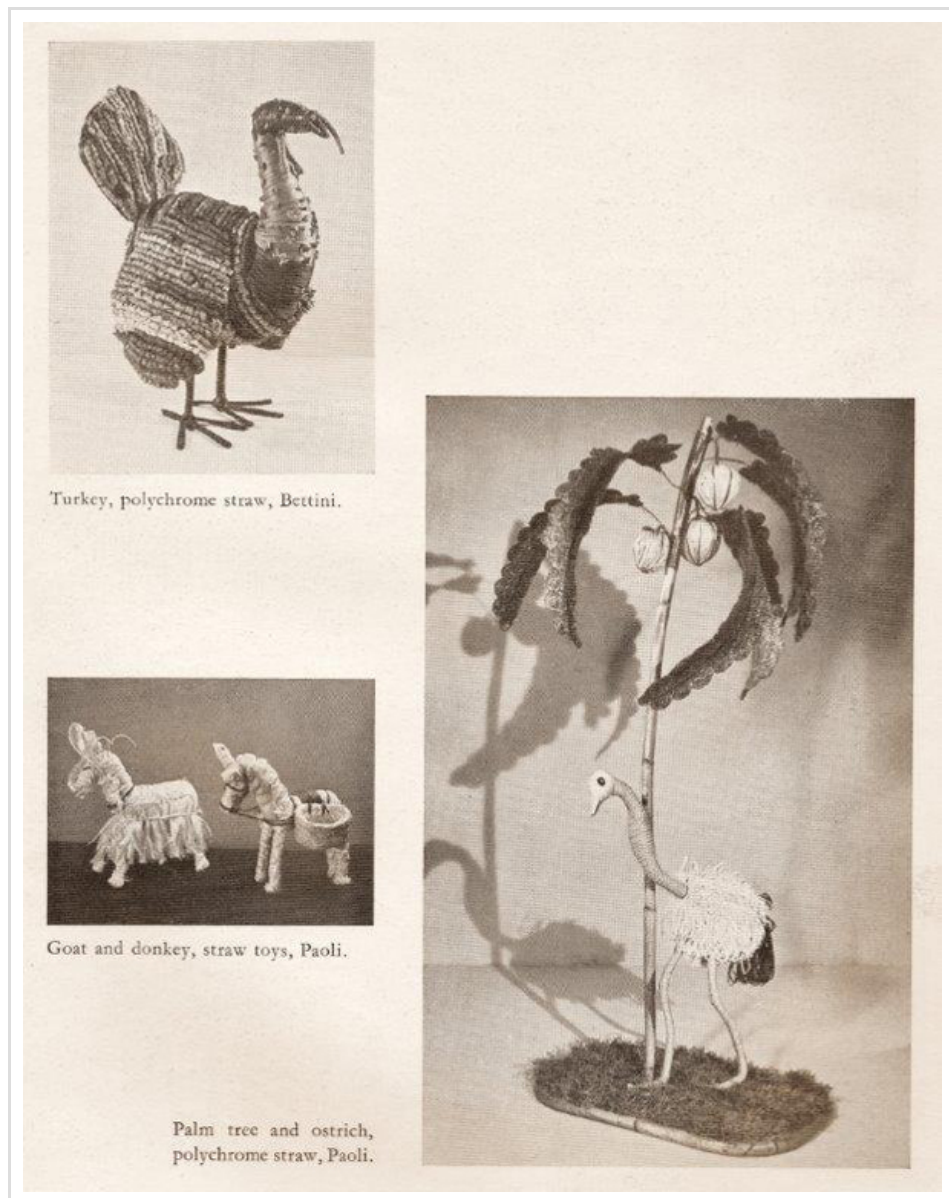
PAROLE CHIAVE

Anni cinquanta, Arredo, Italia, Storia dell'artigianato, Tradizione

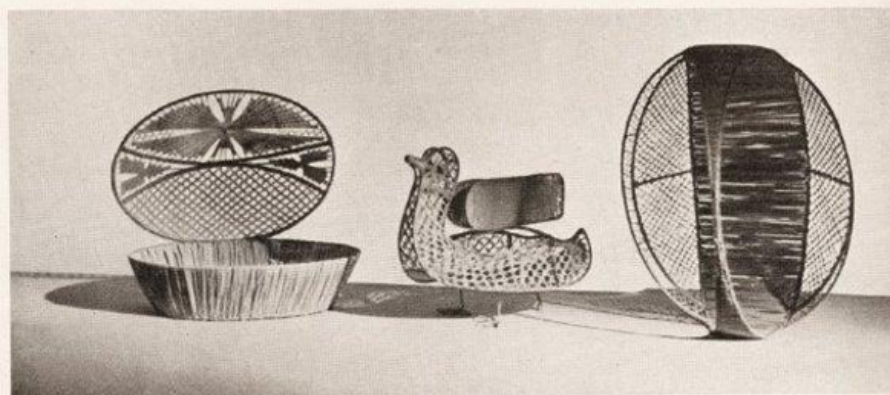
Questo articolo affronta il periodo di formazione del “design italiano”, che raggiunse il suo apogeo all’inizio degli anni sessanta. L’intenzione è sviscerare il complesso rapporto fra design, arte, artigianato e produzione artigianale, concentrandosi sul ruolo che quest’ultima svolse nei primi anni cinquanta, in particolare quale emerge dalla mostra *Italy at Work*. L’obiettivo è chiarire l’importanza del ruolo che, nel contesto economico e ideologico dell’epoca, ebbe il “lavoro artigianale” ovvero l’“arte folclorica”, fornendo da un lato un elemento di necessaria continuità e consentendo, dall’altro, un certo grado di innovazione. Particolare attenzione viene posta sul ruolo svolto in quegli anni dagli Stati Uniti e da singole figure di architetti-designer, come Gio Ponti ed Ettore Sottsass, nel quadro dei dibattiti allora in corso. L’autrice sostiene che il movimento del design italiano moderno accolse alcune delle caratteristiche distintive dell’artigianato, e che il rispetto della tradizione fu determinante nella formazione della nuova estetica.

////////////////////////////////////  
///

Guardato a distanza di tempo, il piccolo asino giocattolo di paglia illustrato nelle pagine del catalogo di *Italy at Work* – una mostra itinerante negli Stati Uniti nei primi anni cinquanta<sup>1</sup> – quasi certamente suscita un sorriso in quanti sono abituati a identificare il “design italiano” dell’epoca con le immagini più note di eleganti scooter, arredi scultorei e sofisticati elettrodomestici.<sup>2</sup> Nella sua innocenza, che evoca l’immagine di un paese pre-industrializzato e pre-urbanizzato, ancora in contatto con il proprio passato rurale e artigianale, l’asino di paglia sembra avere poco a che fare con il ritratto generalmente diffuso della cultura materiale italiana del dopoguerra.



- Pagina del catalogo della mostra *Italy at Work*, con immagini di animali giocattolo realizzati in paglia – un tacchino, prodotto da Bettini, e un asino e un albero di palma con uno struzzo prodotti da Paoli.



Group of baskets, straw lace (Naples), Migliaccio.



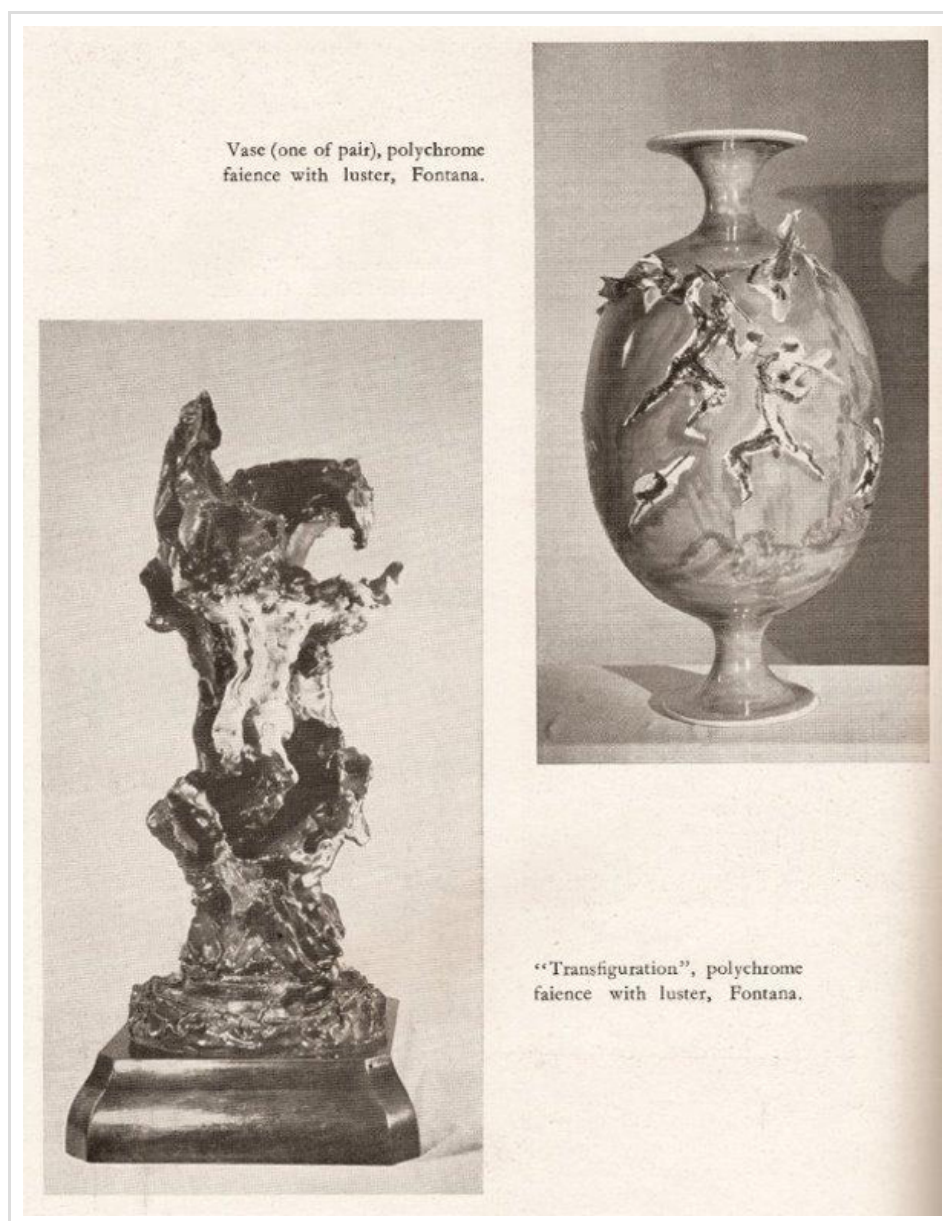
Hat and bags, polychrome straw and cotton, Paoli.

- Pagina del catalogo della mostra *Italy at Work*, con immagini di un gruppo di cestini in paglia realizzati a Napoli da Migliaccio, e alcuni cappelli e borse realizzate in paglia e cotone da Paoli.

Gli anni fra il 1945 e il 1960 hanno rappresentato per l'Italia un periodo di rapida espansione industriale, urbana ed economica e di ricostruzione a diversi livelli; i contadini migrarono dal Sud al Nord in cerca di lavoro e di un nuovo benessere; i consumi crebbero in misura esponenziale.<sup>3</sup> Il contrasto fra l'immagine del Nord e la povertà del Sud rappresenta un dualismo che allora pervadeva molti altri aspetti della vita degli italiani. Apparentemente anche il design, a giudicare dall'asino di paglia, non era privo di contraddizioni interne.

Nella mostra *Italy at Work* l'asinello appariva al centro di un ampio spettro di oggetti, ai cui estremi si trovavano, da un lato, prodotti come *Summa*, il calcolatore elettronico dall'elegante scocca, progettato da Marcello Nizzoli per Olivetti,<sup>4</sup> dall'altro pezzi di un artigianato artistico consapevole e d'avanguardia, come le ceramiche di Lucio Fontana.<sup>5</sup> In mostra si trovavano dunque apertamente mescolati artefatti esteticamente innovativi, che erano emanazioni del mondo dell'arte – all'epoca indiscutibile vertice della gerarchia culturale, con l'arte decorativa

collocata sul gradino immediatamente inferiore –, e beni progettati per le nuove industrie di massa, ad alta tecnologia, prodotti che allora cominciavano appena ad acquisire un certo capitale culturale. Fra questi estremi si trovava una vasta gamma di prodotti tradizionali di fattura artigianale, alcuni dei quali apparivano aggiornati rispetto all'estetica contemporanea, mentre altri la ignoravano totalmente. Questo variegato panorama di oggetti suscita inevitabilmente qualche interrogativo sulle relazioni tra i diversi volti della cultura materiale italiana dei primi anni del dopoguerra e sul motivo della loro compresenza in una mostra che era stata organizzata principalmente per presentare al pubblico dei potenziali consumatori americani un'immagine dell'Italia uscita dal conflitto.

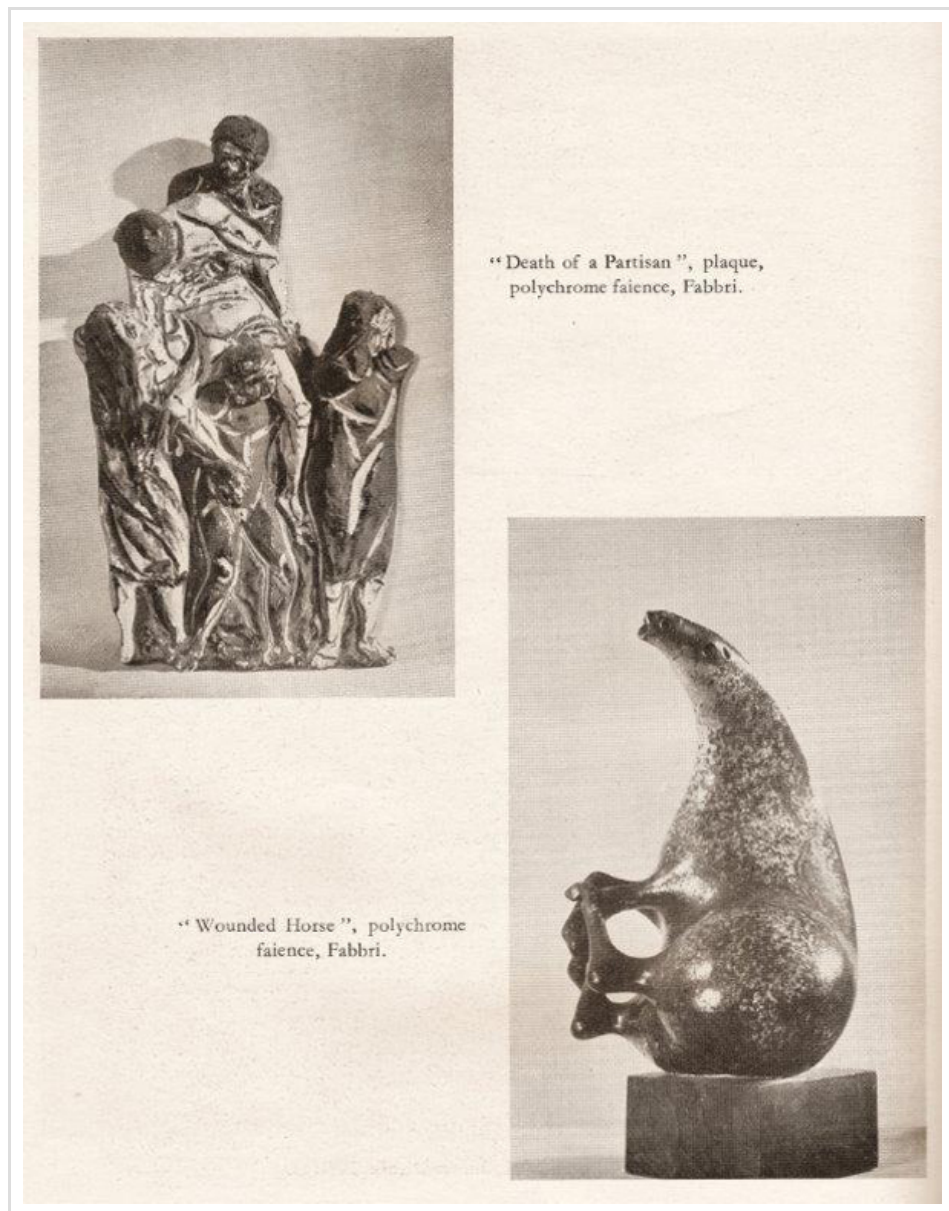


- Pagina del catalogo della mostra *Italy at Work*, con immagini di un vaso e un pezzo di scultura intitolata “Transfiguration” (Trasfigurazione), entrambi realizzati da Lucio Fontana in terracotta policroma a lustro.

*Italy at Work* era in effetti tanto una fiera commerciale quanto un evento culturale. La mostra rientrava nel programma di sostegno economico degli Stati Uniti all'Italia previsto dal Piano Marshall. Nel 1948 quasi cinque milioni di dollari erano stati messi a disposizione per incentivare il lavoro delle imprese artigiane italiane.<sup>6</sup> Presentare i prodotti italiani

negli Stati Uniti era un modo per stimolare l'interesse dei consumatori, per rinsaldare le relazioni commerciali tra le due nazioni e dunque aiutare le economie di entrambi i paesi.

In questo quadro, l'inclusione dell'asino di paglia accanto a beni di carattere più apertamente contemporaneo può essere interpretata in vari modi. Indubbiamente la sua presenza suggeriva la possibilità di accedere, attraverso l'acquisto dei suoi prodotti, a un paese e a una cultura che apparivano ancora in contatto con la tradizione rurale e artigianale,<sup>7</sup> il lavoro manuale, l'utilizzo di materiali naturali e locali, e la produzione su piccola scala, familiare e regionale. Questi aspetti avevano grande valore per i numerosi italiani emigrati negli Stati Uniti che costituivano la fetta più importante dei potenziali consumatori. Accanto alla dimensione nostalgica, porre l'accento sul lavoro artigianale in questo periodo poteva anche essere un modo per legittimare all'interno della cultura visiva contemporanea – e connotare come “italiano” – il “primitivismo” che ormai si poteva osservare in molta arte d'avanguardia internazionale, e specialmente nell'opera ceramica di Pablo Picasso, ampiamente ammirata ed emulata in Italia e altrove.<sup>8</sup> L'attenzione per l'artigianato, inoltre, può essere letta come un modo per attenuare gli effetti traumatici delle improvvise trasformazioni che la vita e la cultura italiana stavano subendo, per colmare il divario tra passato, presente e futuro, e alleviare il trauma del “nuovo”, in un momento in cui l'Italia stava rapidamente definendo la propria nuova Modernità e un nuovo Modernismo culturale.



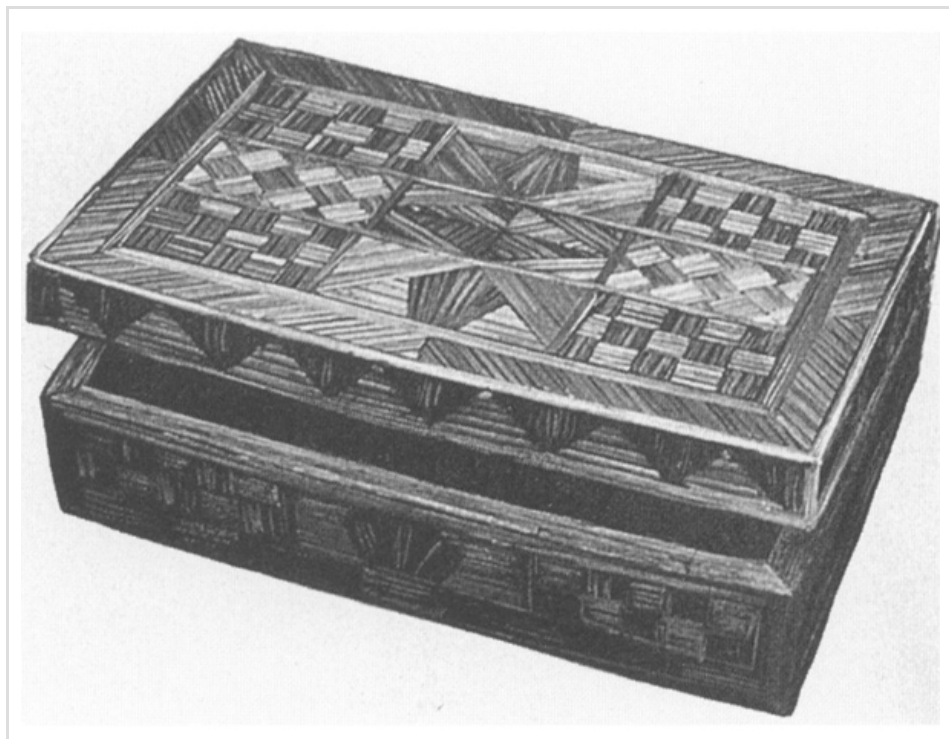
- Pagina del catalogo della mostra *Italy at Work*, con immagini di sculture in terracotta policroma di Agenore Fabbri – “The Death of the Partisan” (La morte del partigiano) e “Wounded Horse” (Cavallo ferito).

La promozione dei mestieri artigiani per ragioni economiche e ideologiche non era, del resto, un fenomeno nuovo. Nella seconda metà dell’Ottocento, la Chiesa cattolica aveva incoraggiato lo sviluppo della produzione regionale, su piccola scala, per sostenere la centralità del nucleo familiare nella vita italiana – un sostegno appoggiato dalle fasce alte della società, che paventavano il potenziale militante del proletariato urbano. Durante il fascismo, Benito Mussolini aveva conferito uno status speciale al lavoro artigianale, istituendo la ditta artigiana come speciale categoria giuridica, e introducendo una serie di esenzioni a suo vantaggio, inclusi benefici fiscali.<sup>2</sup> Anche l’istituzione dei sindacati regionali, come strumento per rinnovare l’economia, dimostra l’importanza che il Duce attribuiva al “locale” come componente essenziale del “nazionale”.

Tuttavia, il sostegno dato all’artigianato nel dopoguerra fu alquanto diverso da quello del clima autarchico e nazionalista del fascismo. Dopo il 1945, l’enfasi venne infatti posta allo stesso tempo sulla continuità e sul cambiamento. Nella nuova Italia repubblicana la produzione

artigianale svolse un ruolo insieme culturale ed economico, contribuendo a definire, con la sua presenza continua, il senso di una nuova modernità, che era per sua natura ripiegata su se stesso e nazionale, ma aveva anche obiettivi e visibilità internazionali. Inoltre, mentre fino alla seconda guerra mondiale l'artigianato aveva mantenuto una connotazione prevalentemente conservatrice e tradizionale, nell'Italia postbellica uno dei suoi volti era chiaramente orientato nella direzione dell'innovazione e del futuro. È in questa veste di Giano bifronte che l'artigianato svolse un ruolo chiave nella definizione del design moderno in Italia, che caratterizzò l'immagine internazionale della cultura e dell'economica di questo paese dalla metà degli anni cinquanta in poi.

Dopo il 1945 l'artigianato ebbe in effetti una parte importante nella formazione del moderno design italiano. Una delle sue manifestazioni fu l'utilizzo, a diversi livelli, di materiali artigianali autoctoni, come paglia, giunco, vimini, cotone, lino, ottone e rame. In ambito artigianale questi materiali dichiaravano apertamente la provenienza geografica dei prodotti. Per esempio, i prodotti in paglia erano realizzati prevalentemente a Firenze e Napoli (Rogers, 1950, pp. 19-20). Questi erano veri e propri centri di produzione, più che zone di accesso alle materie prime, dato che la paglia era un materiale ampiamente disponibile in tutte le zone rurali. La paglia era da lungo tempo utilizzata dai poveri come surrogato, per emulare i costosi prodotti sapientemente creati per i ricchi (D'Amato, 1977, p. 79). Negli anni del dopoguerra, invece, allorché venne incorporata in quelle che il curatore della mostra *Italy at Work*, Meyer R. Rogers, definì "arti artigiane" (*craft arts*) (Rogers, 1950, p. 19) – un ambito della produzione connotata, essenzialmente, dall'innovazione estetica – la paglia finì per essere apprezzata non solo in termini economici ma anche per il capitale culturale che portava con sé.



— Scatola rivestita con intarsio in paglia.

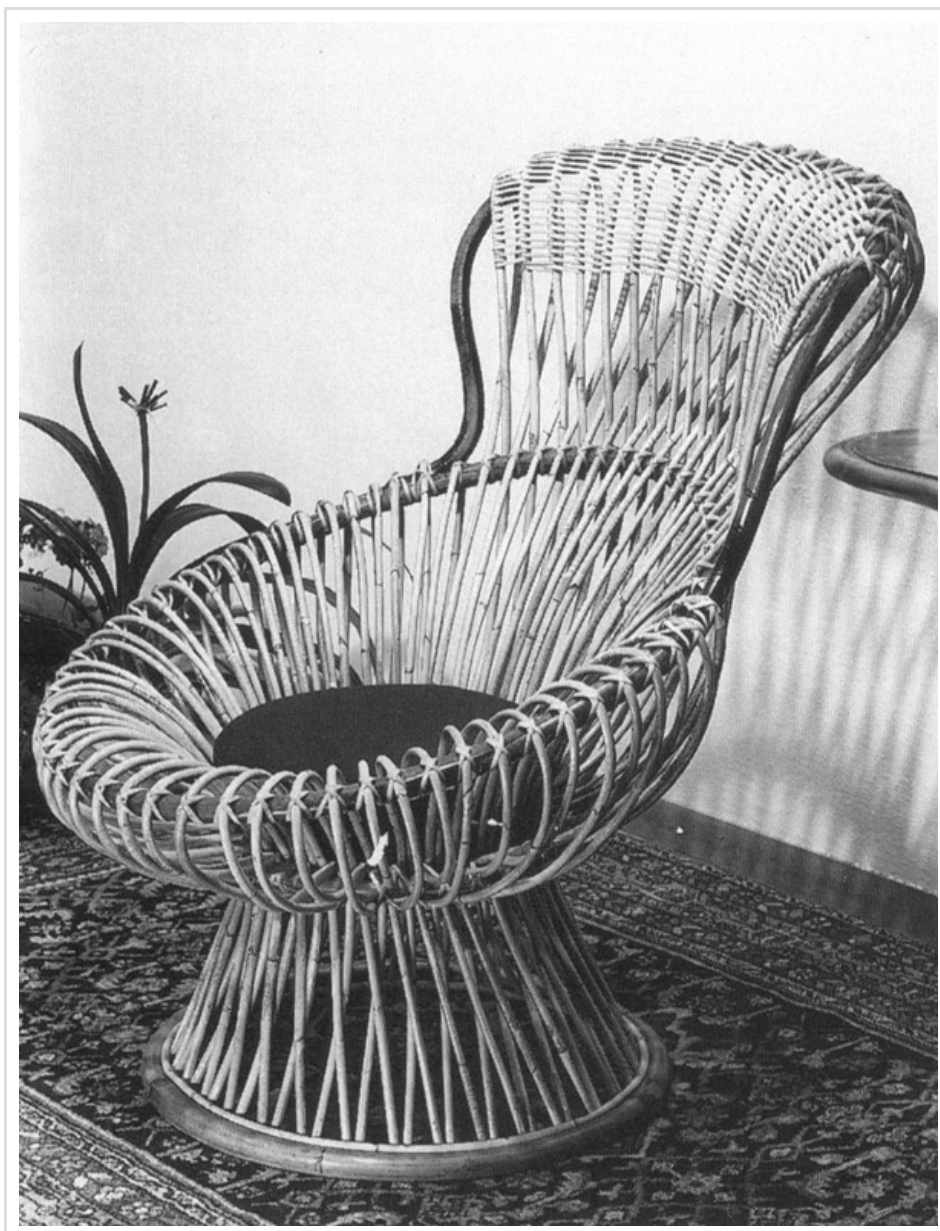


Rogers distingueva le “arti artigiane” dai prodotti della lavorazione artigianale tradizionale e le identificava solo con alcune zone dell’Italia: “Piemonte, Lombardia, Veneto e Liguria, nel nord, in Toscana, Emilia e Romagna, in centro Italia, e a Napoli, nel Sud” (Rogers, 1950, p. 19). Ai suoi occhi si trattava dunque di un fenomeno legato principalmente alle aree urbane e industrializzate.

Fra gli anni quaranta e cinquanta gli oggetti realizzati in paglia servirono a traghettare il tradizionale lavoro artigiano nel più consapevole mondo dell’“arte artigiana”, contribuendo a fondare e legittimare l’allora emergente ideologia ed estetica moderna. Un esempio di questo fenomeno fu l’esposizione alquanto estetizzante di folcloristici canestri, cappelli e altri oggetti di lavoro in paglia, tutti prodotti a Firenze, curata dagli architetti Eugenia Reggio e Emma Calderini alla Triennale di Milano nel 1951 (*Domus*, 1951, luglio-agosto, pp. 36-37). Questa edizione della Triennale ospitava, accanto alle sezioni dedicate a ceramiche, tessuti, vetro e smalti italiani, anche la nota mostra *La Forma dell’Utile*, con un allestimento progettato da Luigi Barbiano di Belgiojoso, Enrico Peressutti, Franco Buzzi Ceriani e Max Huber, che stabiliva chiari collegamenti fra la scultura astratta contemporanea – di artisti come Max Bill e Huber stesso – e la forma degli innovativi prodotti industriali esposti, come quelli progettati da Nizzoli per Olivetti. In questa sezione l’estetizzazione del disegno industriale era di per sé evidente; ma il fatto che questa mostra fosse presentata accanto a oggetti di “arte artigiana” e di produzione artigianale – elevati a pezzi d’arte grazie alla collocazione in questo contesto – non faceva che rafforzare tale sofisticata strategia. La varietà degli oggetti italiani esposti alla IX Triennale indicava che all’epoca l’immagine della cultura materiale dell’Italia – e in generale della società e della cultura italiana – che si voleva comunicare a livello internazionale aveva ancora un certo grado di indeterminatezza e apertura. Nel 1951, nella sua nuova immagine, l’Italia poteva ancora scegliere di porre l’accento sull’arte, sull’“arte artigiana”, sulle tradizionali arti decorative, sull’“artigianato” o “arte folcloristica” – ovvero sulla sua fattura artigianale – oppure sui sofisticati prodotti delle più recenti industrie ad alta tecnologia. Alla fine del decennio, di fatto, divenne chiaro che tutti questi settori avevano finito per essere inglobati sotto l’ombrello dell’“industrial design”. Come scrisse Alberto Rosselli, il direttore di *Stile Industria*, nel 1963 – ultimo anno di pubblicazione di questa rivista che, dalla sua fondazione nel 1954, più di ogni altro periodico italiano si era concentrata esclusivamente sull’estetica formalista dei prodotti ad alta tecnologia – il “disegno industriale in Italia non è più oggi un fenomeno da scoprire come dieci anni fa quando usciva il primo numero di *Stile Industria*, ma un fatto da organizzare e consolidare attraverso adeguate istituzioni” (Rosselli, 1963, febbraio, p. 1). In effetti, a quella data, benché l’ADI, l’associazione professionale dei designer, e il premio Compasso d’Oro erano stati istituiti, il movimento moderno del design italiano era ancora relativamente poco istituzionalizzato. Nondimeno, all’epoca della X e della XI Triennale, nel 1954 e nel 1957, era già divenuto chiaro che a livello internazionale era il design delle nuove industrie (elettrodomestici, televisori, motocicli ecc.), accanto a quello dei mobili, a ricevere la massima attenzione, mentre l’artigianato aveva perduto

interesse, con l'eccezione di tessuti, ceramiche e vetro, che vennero attratti nella scia del nuovo concetto di "design italiano". La produzione artigianale, insomma, era quasi scomparsa dalla vista.

Per un certo periodo, comunque, negli anni cinquanta, il legame con le tradizioni artigianali rimase visibile nel design d'arredo moderno italiano. Ancora una volta questa relazione trovò espressione nella scelta dei materiali: paglia, giunco, rafia, canna e vimini furono nuovamente alla ribalta. L'utilizzo di questi materiali per progetti di arredo contemporaneo certamente non era un'esclusiva italiana, come evidenziano i modelli che provenivano, negli stessi anni, da altri paesi come Stati Uniti, Scandinavia e Gran Bretagna. Nondimeno, il ruolo che tali materiali avevano avuto in passato in Italia, conferiva loro un significato speciale per questo paese, che stava attraversando una fase cruciale della sua ricostruzione politica, industriale e culturale. Fra i numerosi esempi che si può citare – come i progetti di Roberto Mango, Gastone Rinaldi, Carlo Santi, Vittoriano Viganò, Ico e Luisa Parisi, Marco Zanuso, Raffaella Crespi, Vittorio Gregotti e altri<sup>10</sup> – certamente il più noto è il lavoro di Franco Albini e Franca Helg. In particolare, la poltrona *Margherita* realizzata in malacca e canna d'India (materiale non necessariamente d'origine locale, data la disponibilità sul mercato internazionale) e prodotta da Vittorio Bonacina nel 1950. La combinazione della forma moderna con i materiali tradizionali fornì un'icona forte per il nascente movimento moderno del design di quegli anni, che venne ampiamente presentata e illustrata in Italia e all'estero. La sua presenza alla IX Triennale, accanto e in contrasto con pezzi che erano realizzati in maniera altrettanto sorprendente ma utilizzando materiali innovativi – come la poltrona *Lady* di Marco Zanuso, esito di sperimentazioni condotte con la gommapiuma, attraverso l'Arflex, finanziata da Pirelli – rafforzava l'impressione che, durante il periodo di formazione del design italiano, fosse in corso una sorta di tira-e-molla. In questa fase, tuttavia, non era ancora chiaro quale direzione avrebbe finito per prevalere.



— *Margherita*, poltrona progettata da Franco Albini e prodotta da Bonacina, 1950.

Un altro importante esempio di come, in questi anni, materiali e riferimenti artigianali potevano essere integrati in un progetto essenzialmente moderno, era la sedia *Superleggera*, progetto al quale l'architetto-designer Gio Ponti – promotore, fin dagli anni venti, dell'alleanza fra artigianato, arti decorative e design<sup>11</sup> – aveva cominciato a lavorare a inizio anni cinquanta, e che venne infine prodotto da Cassina nel 1956 [*sic*, ma 1957]. Nata a Meda come laboratorio per la lavorazione del legno, responsabile, tra le altre cose, di produrre i banchi della chiesa locale, Cassina era cresciuta a inizio secolo come piccola azienda familiare, coniugando falegnameria e tappezzeria. Dopo la seconda guerra mondiale Cassina aveva ampliato la propria base di produzione, grazie ad alcune importanti commesse di arredi per i grandi magazzini La Rinascente di Milano e per arredi navali, tra il 1947 e il 1952, per i quali l'azienda lavorò su progetti di Gio Ponti, fra gli altri (Santini, 1981). Lo stretto rapporto che si stabilì tra il progettista e l'azienda culminò nel progetto della *Superleggera*, che riprendeva un modello di sedia tradizionalmente usato nel villaggio di

pescatori di Chiavari, con seduta in giunco, ma ne modificava sottilmente la forma degli elementi in legno, in linea con l'estetica contemporanea.

Un altro modello con seduta in giunco, sempre prodotta da Cassina, nel 1963, era stata invece progettata per gli interni del Golf Club Carimate da Vico Magistretti, un altro esponente di spicco della generazione di progettisti che stabilì la propria attività a Milano dopo la guerra. In questo caso il dualismo insito nel progetto riguardava la combinazione di un profilo e materiali essenziali, ispirati a una tradizionale sedia di campagna, con la vernice lucida rossa, chiaramente non naturale. Come ha scritto, Vanni Pasca, la laccatura faceva “uscire l'oggetto da un'atmosfera troppo tradizionale, collocandolo nel clima di ricerca di modernità che è tipico dell'Italia di quegli anni” (Pasca, 1991, p. 59).

Questi dualismi tradizione/modernità e materiali/forma, ampiamente diffusi nell'arredo italiano di questi anni, non erano l'esito di teorie; piuttosto emergevano dai gusti e dalle preferenze intuitive dei designer stessi e dalle possibilità offerte da una produzione che, data la sua base artigiana, era molto flessibile e in grado di adattarsi e mutare rapidamente. Se mai esisteva un discorso teorico, questo emanava dal mondo dell'architettura e, dato che tutti i progettisti attivi in quel periodo venivano dall'architettura o comunque avevano un background in questo settore, certamente non erano immuni alle idee che erano nell'aria.

Al centro di molti dibattiti allora in corso nella comunità degli architetti, era la necessità di trovare urgentemente un'alternativa a quello che veniva percepito come il razionalismo sistematico del Movimento Moderno internazionale, un razionalismo che in Italia aveva raggiunto una situazione di stallo con la sconfitta del fascismo. Il suo rapporto ambivalente con il regime fascista rendeva difficile recuperarlo nel quadro della nuova democrazia. Nonostante l'impegno profuso da figure come Piero Bottoni o Ernesto N. Rogers – con la sua direzione di *Domus* fra il 1945 e il 1947 – per rivitalizzare il Movimento Moderno nel quadro delle esigenze pratiche di un paese che usciva dalla guerra bombardato e privo di case, c'era una chiara percezione che strade diverse andavano cercate. Fra le alternative che allora vennero in superficie, c'era l'organicismo promosso da Bruno Zevi, che riprendeva le idee di Frank Lloyd Wright, adatte, secondo lui, per la “nuova civiltà democratica” (Doordan, 1995, p. 588). Un'altra via d'uscita rispetto al Movimento Moderno venne individuata in quella che Dennis Doordan, prendendo in prestito un termine più comunemente associato con il cinema italiano di quegli anni, ha chiamato “neo-realismo” (Doordan, 1995, p. 588), una tendenza dell'architettura italiana del dopoguerra che cercò di attingere al passato in funzione del futuro, evitando però le connotazioni elitarie e fasciste del neoclassicismo. Il neo-realismo si rifaceva piuttosto alle tradizioni architettoniche rurali e popolari dell'Italia. Era a tali tradizioni, per esempio, che nei primi anni cinquanta guardava il giovane architetto-designer Ettore Sottsass nei suoi progetti per edilizia residenziale a Novara e Savona, elaborati nel quadro del programma INA-Casa, finanziato dal Piano Marshall. Questi progetti prevedevano un cortile centrale e balconi individuali per stendere la biancheria. In cerca di una alternativa al Modernismo Sottsass – lui

stesso figlio di un architetto razionalista, attivo nel periodo fra le due guerre – trovò una importante ispirazione nella cultura popolare e contadina (Sparke, 1982). Evidentemente, simili idee finirono per circolare, come per osmosi, anche nel settore degli interni e dell'arredo. Secondo Pasca, nel lavoro di Magistretti si trova una “tendenza, ricorrente [...] a rielaborare semplici oggetti di tradizione anonima”, ed egli riteneva che la cultura italiana del dopoguerra dovesse nel suo insieme superare i “limiti di schematismo” intrinseci ai paradigmi del Movimento Moderno internazionale del periodo precedente, e procedere verso un nuovo Modernismo (Pasca, 1991, p. 18).

In questo contesto, se i materiali giocarono un ruolo chiave nella trasformazione del design italiano, contribuendo a colmare il divario fra tradizione e innovazione, attraverso una sintesi capace di ricomprendere questi estremi come parti non conflittuali di una stessa formula, ci furono anche altri aspetti dell'artigianato e del lavoro artigianale italiano che contribuirono ad alimentare il moderno movimento del design che raggiunse la sua apoteosi all'inizio degli anni sessanta. Fra questi aspetti, le nozioni di qualità e di singolarità ebbero grande rilevanza. Mentre andava affermandosi una nuova immagine e ideologia del design, che molto doveva al modello fordista di produzione e consumo di massa – introdotto in Italia insieme ai fondi statunitensi che resero possibile la ricostruzione del paese –, conservare tale genere di valori fu cruciale per permettere all'Italia di posizionare i suoi prodotti moderni al livello della produzione culturale d'élite. In particolare era importante per incoraggiare la crescita di un mercato limitato ma ricco e sofisticato, adatto alla scala della produzione artigianale interna.

Nel mondo del design, l'idea apparentemente contraddittoria di una produzione seriale di beni (arredi, prodotti elettrici ed elettronici, e persino automobili) radicalmente moderni nell'aspetto ma lussuosi e connotati da una singolare distinzione, costituiva una novità. Per poter diventare realtà, questa idea doveva passare attraverso una serie di tappe intermedie, la prima delle quali era l'alleanza con il lavoro artigianale, a sua volta collegato all'universo dell'arte. Tuttavia si trattava di una fase transitoria. All'inizio degli anni sessanta l'asino di paglia era ormai stato relegato nel mondo del “kitsch” – l'“altro” del Modernismo – ma, prima di allora, per un certo periodo rappresentò un trampolino dal quale una nuova immagine di design moderno poté emergere e levarsi, come una farfalla da una crisalide.

Negli anni quaranta e cinquanta, l'artigianato italiano era anche strettamente legato alle tradizioni decorative e figurative italiane, difficilmente collegabile alla più familiare immagine astratta del design italiano del dopoguerra. La mostra *Italy at Work* vantava la presenza di molte forme e figure animali e di manufatti decorati, la cui iconografia aveva radici rurali o religiose, usciti dalle mani di artigiani abituati a lavorare una vasta gamma di materiali, come ceramica, vetro, smalti, metalli, mosaici e pietre dure. In mostra si trovavano anche articoli in pelle decorati: borse, scarpe e cinture, realizzati per lo più a Firenze. C'era inoltre un'abbondanza di tessuti a motivi: seta, cotone e canapa stampata con spettacolari motivi floreali, figurativi e astratti. Mentre alcuni di questi erano destinati all'industria dell'arredamento, altri venivano utilizzati dall'industria della moda italiana. Quest'ultima si

sviluppò in larga misura emulando la sua omologa parigina, ma anche in risposta alle richieste di un mercato americano che, dopo avere acquistato, prima e dopo il 1945, crescenti quantità di accessori di moda in pelle, lenzuola, ricami e maglieria per l'infanzia italiani, attendeva come un'evoluzione naturale la comparsa di capi di moda.<sup>12</sup> Nel primo dopoguerra, Firenze era il centro per il commercio di beni artigianali, e qui l'industria della moda si sviluppò negli anni cinquanta sulla base della produzione specializzata di sete, lane, ricami e paglia.<sup>13</sup> Il successivo spostamento a Roma, prima, e poi a Milano, negli anni settanta, rappresentò un ulteriore riconoscimento della presenza della "industria del design" in quest'ultima città e del prevalere, in termini di mercato, del concetto culturale di design rispetto agli aspetti tecnici ed economici della produzione. Tra il 1945 e il 1960 l'immagine commerciale internazionale dell'Italia mutò volto, passando dall'essere basata sulla lavorazione sapiente dei materiali all'essere centrata sulla nozione estetizzante di "design". In qualche modo, si trattò di una transizione da una cultura pre-moderna a una cultura post-moderna, con una fase modernista così rapida da essere quasi totalmente oscurata. In questo processo di trasformazione, l'artigianato fu un importante catalizzatore.

La decorazione trovò un certo spazio agli inizi del movimento del design moderno in Italia, negli anni cinquanta, sebbene solo negli arredi, negli interni e in altre arti applicate industrializzate. In questo senso, il lavoro di Gio Ponti è illuminante, specialmente gli esiti della sua collaborazione con il designer Piero Fornasetti, come un interno e un trumeau con disegni architettonici del 1950 [*sic*, ma probabilmente 1951]. Dall'altro lato, Ponti è stato anche un pioniere dell'industrial design italiano, con progetti innovativi come la macchina per caffè espresso per La Pavoni (1949) [*sic*, ma 1948] e le posate per Krupp (1951). In effetti l'eterogenea gamma di prodotti ai quali Ponti si dedicò è uno specchio della varietà della cultura materiale italiana di questi anni.

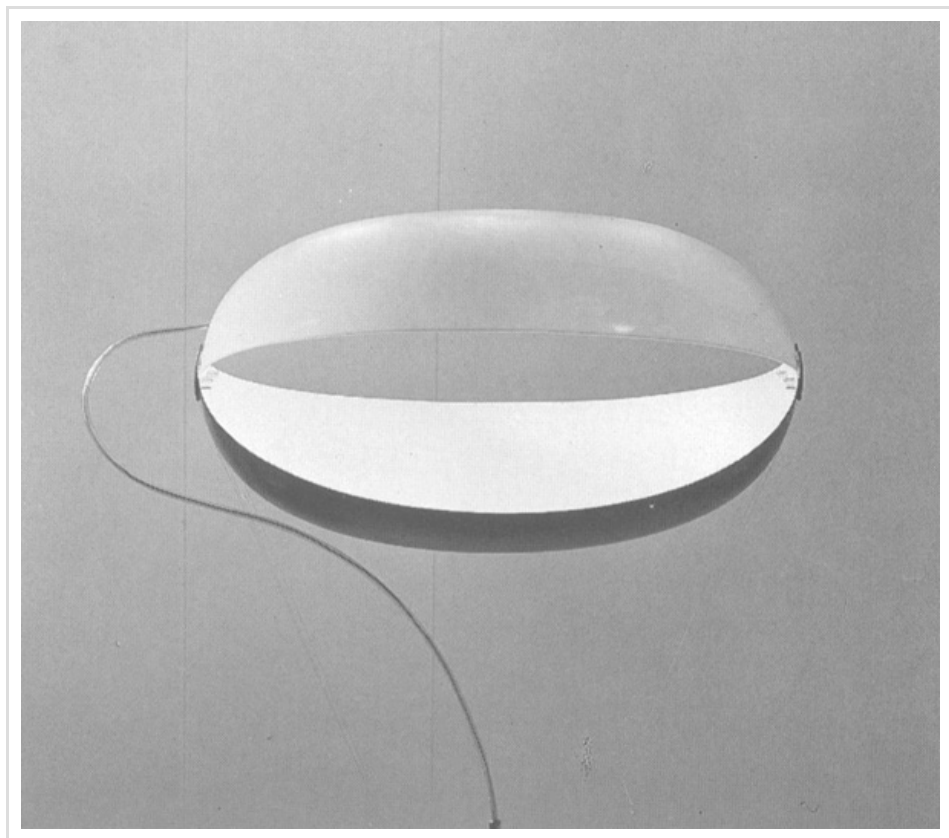


- Set di posate in acciaio progettato da Gio Ponti per la Krupp italiana. Venne esposto alla IX Triennale di Milano, 1951.

Ponti e Sottsass risaltano fra i designer che guardavano con interesse alla base artigianale del moderno disegno industriale. Il primo collaborò con varie imprese artigiane e di arti decorative, orientandole verso la produzione di serie e l'aggiornamento estetico dei prodotti senza sacrificare gli aspetti positivi dell'abile manifattura di piccola scala. Fra molte altre cose, egli ha disegnato prodotti in rame per Nino Ferrari (Brescia), tessuti per la Manifattura Isa (Busto Arsizio, Milano) e ceramiche per Richard Ginori (Doccia, Firenze), una ditta con la quale aveva collaborato fin dagli anni venti. Come direttore di *Domus*, dal 1947 in poi, Ponti svolse inoltre una vera e propria campagna per avvicinare fra loro artisti, artigiani e architetti e pubblicò numerosi articoli dedicati a ceramica, vetro e metalli italiani.<sup>14</sup>

Benché meno impegnato pubblicamente a sostegno di arte e artigianato, Sottsass ha certamente dimostrato un chiaro interesse verso di essi nel suo lavoro dei primi anni cinquanta. In questo periodo egli sperimentò

forme moderne, fatte a mano, in plexiglas e lamine di metallo, e creò ciotole e apparecchi di illuminazione semplici, nei quali si perdeva ogni confine fra arte, artigianato e design. Le sue prime ceramiche, come quelle realizzate a metà anni cinquanta per il negozio Raymor a New York, tradivano una forte attenzione per l'uso di materiali tradizionali, in particolare per la terracotta. Dalla fine degli anni cinquanta, quando divenne consulente per Olivetti, Sottsass visse una sorta di doppia vita, come designer che lavorava sulla forma di prodotti ad alta tecnologia e creatore di oggetti da realizzare artigianalmente, in creta, metallo e legno. Alla XI Triennale nel 1957, per esempio, erano esposti alcuni gioielli disegnati da Sottsass. In seguito egli si avventurò nella lavorazione del vetro con gli artigiani di Murano. Il fatto di mantenere legami con la cultura artigianale e dei mestieri ebbe una parte importante nel suo percorso, consentendogli di conservare sempre una certa distanza dal formalismo che connotò il movimento del design italiano nei primi anni sessanta – una distanza che gli permise poi di diventare, alla fine dello stesso decennio, il centro del cosiddetto “anti-design”.

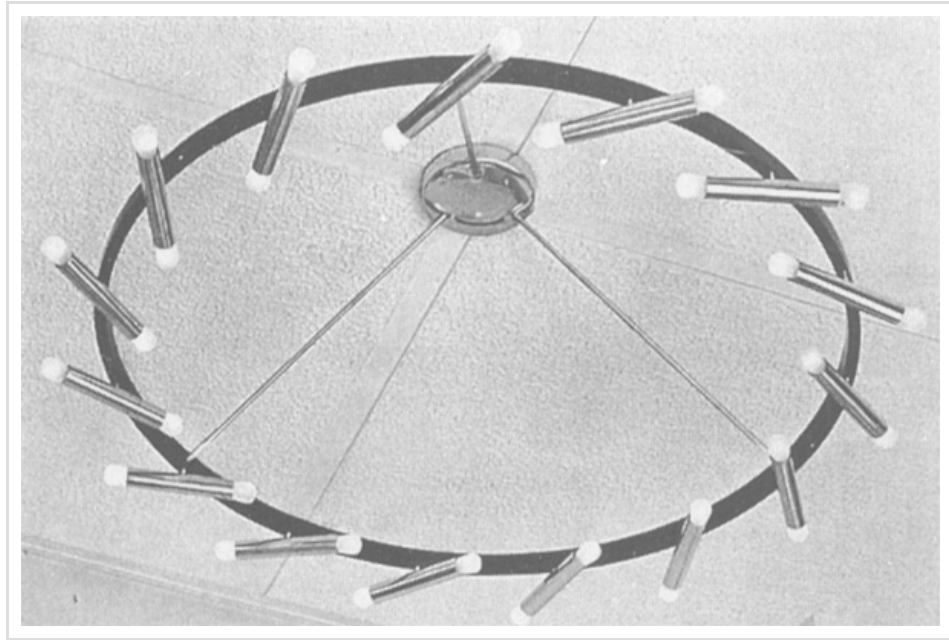


— Lampada in plexiglas progettata da Ettore Sottsass nel 1955.

Nel settore dell'illuminazione ci furono varie collaborazioni fra architetti e produttori su piccola scala, e varie aziende poterono aggiornare in chiave moderna i loro prodotti, riorganizzare i sistemi di produzione, e riorientarsi in relazione al loro mercato d'interesse. Nella mostra *Italy at Work* erano per esempio presenti modelli di Fontana Arte, la cui produzione era stata rivoluzionata da Paolo Chiesa negli anni tra le due guerre. Gli anni cinquanta avevano visto venire alla ribalta Stilnovo, Arredoluce e Arteluce, per la quale Gino Sarfatti progettava forme ispirate all'opera di scultori contemporanei come Alexander Calder. Simili strategie di collaborazione caratterizzarono anche il successo di vari laboratori dell'arredo, molti dei quali avevano sede in Brianza, non distante da Milano, dove si trovavano gli studi di tanti architetti che



avevano avviato la loro attività dopo la guerra: è il caso delle già citate collaborazioni fra Ponti e Cassina e fra Albini e Bonacina, ma anche di quelle di Carlo Pagano e Giancarlo De Carlo con Arflex e di Osvaldo Borsani con la sua Tecno.



- Lampadario multicolore in metallo laccato progettato da Gino Sarfatti per Arteluce nei primi anni cinquanta (illustrazione tratta da *L'Arredamento moderno*, Milano: Hoepli, 1955).

Il ruolo catalizzatore che questi architetti e designer svolsero in questi anni si spiega all'interno di un quadro economico e demografico molto preciso. Nei primi anni cinquanta i produttori italiani dei settori arredo, illuminazione e elettrodomestici si concentrarono sul mercato interno, in specie su quello in crescita del Nord, sempre più consapevole della idea di modernità che imparava a conoscere attraverso i film e i programmi televisivi che arrivavano dagli Stati Uniti. In questi anni, come accennato, gli Stati Uniti rappresentarono per l'Italia anche un mercato importante, soprattutto per l'artigianato, la moda e gli altri beni collegati a questo settore. Con l'ingresso dell'Italia nella Comunità Europea nel 1956, tuttavia, altri paesi europei cominciarono ad affacciarsi sul mercato dei prodotti italiani, e questo fu uno dei fattori che, nella seconda metà del decennio, determinarono un cambiamento nel design italiano, e nella sua immagine internazionale. In questo mutato scenario, il design italiano non era più affamato di tradizione – ogni paese europeo aveva già la propria, basti pensare al fascino esercitato dal design scandinavo nel continente all'inizio degli anni cinquanta –, era invece desideroso di una nuova immagine di modernità capace di riflettere l'ottimismo delle rivoluzioni tecnologiche in corso in quegli anni – come la conquista dello spazio e i nuovi materiali sintetici – e di rispondere al boom dei consumi e alla ritrovata fiducia nei beni moderni. Ormai il design del dopoguerra in Italia aveva completato la sua prima fase di sviluppo, raggiungendo un certo livello di maturità e consolidamento. In un primo momento si era appoggiato alle tradizioni artigiane, stabilendo un'associazione senza eguali con i concetti di qualità, distinzione e singolarità. Alla ricerca di una nuova identità, lontana dal fascismo ed espressione della nuova democrazia, il design italiano aveva dovuto ricostruire se stesso molto rapidamente con quello

che aveva a disposizione, ovvero l'eredità del passato. Collegandosi, attraverso l'"arte artigiana", all'arte contemporanea, il design acquisì un capitale culturale senza precedenti. Infine, grazie alla maestria degli artigiani e alle idee innovative di una nuova generazione di architetti impegnati a porre le basi della loro identità professionale, nello stesso momento in cui venivano poste quelle della nuova Repubblica, il design italiano aveva rapidamente costruito se stesso e comunicato i propri valori a un ampio pubblico.

Nel 1960 l'asino giocattolo di paglia era diventato poco più che un'appendice della industria turistica italiana – uno dei maggiori beni dell'Italia, accanto ai prodotti di design. L'asinello non poteva più rappresentare un modello per il nuovo movimento moderno del design; relegato ormai all'universo del provinciale e del triviale, aveva perduto ogni promessa di prestigio internazionale e di modernità.

////////////////////////////////////  
///

\* Pubblicato originariamente in inglese in *Journal of Design History*, 11(1), 1998, pp. 59-69.

Traduzione dall'inglese Maddalena Dalla Mura © 2014

////////////////////////////////////  
///

### **Riferimenti bibliografici**

Alfieri, B. (1960, maggio). 1939-1959: Appunti per una Storia del Disegno Industriale in Italia. *Stile Industria*, 3-28.

*Arredamento moderno* (1955). *L'Arredamento moderno* (Milano: Hoepli).

Baranski, Z. G., & Lumley, R. (a cura di). (1990). *Culture and Conflict in Postwar Italy*. Basingstoke: Macmillan.

Branzi, A. & De Lucchi, M. (1985), *Il Design Italiano degli Anni '50*. Milano: Ricerche Design Editrice.

D'Amato, J., & D'Amato, A. (1977). *Italian Crafts: Inspiration from Folk Art*. New York: M. Evans and Company Inc.

*Design Process* (1983). *Design Process: Olivetti 1908-1983*. Ivrea: Olivetti.

*Domus* (1948, luglio). *Domus*, 226.

*Domus* (1951, luglio-agosto). *Domus*, 260.

Doordan, D. (1995). Rebuilding the House of Man. In G. Celant (a cura di), *The Italian Metamorphosis, 1943-1968* (pp. 586-595), catalogo della mostra, New York: Guggenheim Museum.

Duggan, C., & Wagstaff, C. (a cura di). (1995). *Italy in the Cold War: Politics, Culture and Society 1948-58*. Berg: Oxford.

Fossati, P. (1972). *Il Design in Italia 1945-1972*. Torino: Einaudi.

Grassi, A., & Pansera, A. (1980). *Atlante del design italiano 1940-1980*. Milano: Fabbri.

Gregotti, V. (1972). Italian Design 1945-1971. In E. Ambasz, *Italy: The New Domestic Landscape* (pp. 315-340), catalogo della mostra, New York: MoMA.

Mammarella, G. (1970). *L'Italia dopo il fascismo: 1943-1968*. Bologna: Il Mulino.

Pasca, V. (1991). *Vico Magistretti: L'eleganza della ragione*. (Milano: Idea Books).

Ponti, L. L. (1990). *Gio Ponti: L'opera*. Milano: Leonardo.

Rogers, M. R. (a cura di). (1950). *Italy at Work*. Catalogo della mostra itinerante. Roma: Istituto Poligrafico dello Stato.

Rosselli, A. (1963, febbraio), Commiato. *Stile Industria*, 41, p. 1.

Santini, P. C. (1981). *Gli anni del design italiano: ritratto di Cesare Cassina*. Milano: Electa.

Sassoon, D. (1986). *Contemporary Italy: Politics Economic and Society since 1945*. Longman: London.

Settembrini, L. (1995), From Haute Couture to Prêt à porter. In G. Celant (a cura di), *The Italian Metamorphosis, 1943-1968* (pp. 483-495), catalogo della mostra, New York: Guggenheim Museum.

Sparke, P. (1988). *Design in Italy 1870 to the Present*. London: Thames and Hudson.

Sparke, P. (1982). *Ettore Sottsass*. London: Design Council.

Spesso, R. (1980). *L'Economia italiana dal dopoguerra a oggi*. Roma: Editori Riuniti.

White, N. (1997). *The Role of America in the Development of the Italian Fashion Industry*. M.Phil. tesi. Kingston University.

////////////////////////////////////  
///

**NOTE** (↵ returns to text)

1. Come Meyric R. Rogers, il curatore della mostra, spiegava nell'introduzione del catalogo – pubblicato in Italia nel 1950 dalla Compagnia Nazionale Artigiana (CNA) – la mostra *Italy at Work* rappresentava il culmine di una serie di sviluppi. In breve, nel 1945, su iniziativa di Max Ascoli e sua moglie, venne costituita negli Stati Uniti l'organizzazione no-profit Handicrafts Development Incorporated con l'obiettivo di aiutare gli artigiani italiani a

riprendersi dopo le devastazioni della guerra. In Italia, nel frattempo, venne istituita la Commissione Assistenza Distribuzione Materiale Artigianato (CADMA). Nel 1947 vedeva la luce a New York la House of Italian Handicrafts (Casa dell'artigianato italiano), un punto di vendita per le produzioni artigiane italiane. L'anno seguente il Piano Marshall rese disponibili fondi di aiuto per gli artigiani italiani e la CADMA venne fusa con la Confederazione Nazionale dell'Artigianato (CNA) di cui la House of Italian Handicrafts era la filiale americana. Nel 1949 l'Art Institute di Chicago si mise in contatto con quest'ultima, per sondare la possibilità di realizzare una mostra di artigianato italiano negli Stati Uniti e venne finanziata una ricerca a tale fine. Altri undici musei americani vennero invitati a cooperare e venne costituito un comitato di selezione americano che annoverava, fra i suoi membri, il noto industrial designer Walter Dorwin Teague. Nel 1951 la mostra era pronta per essere esposta e viaggiare negli Stati Uniti. Nello stesso periodo la CNA organizzò anche un'altra mostra, intitolata *Modern Italian Design* presso la Manchester City Art Gallery (1956).

2. La letteratura sul design moderno in Italia del dopoguerra è estesa, soprattutto in italiano. Questa letteratura tende a ripetersi, concentrandosi spesso sugli stessi oggetti e su una rosa ristretta di designer. Dopo l'apparizione, nel 1960, di uno dei primi resoconti di queste vicende, a firma di Bruno Alfieri in *Stile Industria*, non molto venne scritto in questo decennio, mentre un certo numero di articoli e libri è uscito nei primi anni settanta. Fra questi, il testo di Vittorio Gregotti nel catalogo della mostra *Italy: The New Domestic Landscape* (1972) che, incentrato su arredo e industrial design, pur presentando immagini di pezzi come la *Superleggera* di Ponti e la sedia *Margherita* di Albin, non si occupava di oggetti e pezzi di artigianato. Uscito nello stesso anno, il libro di Paolo Fossati (1972) si concentra sul lavoro di dieci importanti architetti-designer, la maggioranza dei quali sono le figure meglio documentate di questo periodo. Libri e articoli usciti nel decennio seguente, fra cui Grassi e Pansera (1980) e il mio volume sul design italiano dal 1870 all'attualità (Sparke, 1988) hanno per lo più affrontato lo stesso campo, sia pure con approcci diversi, trascurando l'importanza dell'artigianato.
3. Sulla situazione economica, industriale, politica e demografica dell'Italia dell'epoca si vedano Baranski & Lumley (1990), Duggan & Wagstaff (1995), Mammarella (1970) e Sassoon (1986).
4. Sulla collaborazione di Nizzoli con Olivetti si veda il catalogo della mostra *Design Process: Olivetti 1908-1983* (1983).
5. L'interesse degli artisti per le arti applicate e decorative, e in particolare per ceramiche, era abbastanza diffuso in questi anni, ed era ampiamente rappresentato nella mostra *Italy at Work*. Ne emergeva un confondersi dei confini fra arte e artigianato, che evocava il Rinascimento italiano. In questo quadro aveva un certo rilievo anche l'eredità di alcuni artisti futuristi, quali Tullio Albinola, con la sua opera ceramica, e del pittore Mario Radice che aveva collaborato con l'architetto Giuseppe Terragni negli anni trenta. Altri artisti che si muovevano nella direzione dell'artigianato in questo periodo erano Luigi Brogini, Aligi Sassu, Agenore Fabbri, Piero Fornasetti, Giorgio Morandi e Pietro Cascello, molti dei quali realizzavano figure e animali di sapore post-cubista, con uno stile incompiuto e primitivo.
6. I fondi del Piano Marshall furono fondamentali nel sostenere l'artigianato italiano alla fine degli anni quaranta. I fondi, per esempio, vennero investiti nella formazione dei ceramisti presso la scuola d'arte di Faenza, così come nella organizzazione di mostre e concorsi. *Italy at Work* ricevette un consistente sostegno dal regime di aiuti del Piano Marshall, che ebbe grande influenza sullo sviluppo del design italiano negli anni in questione.

7. A proposito dell'industrializzazione italiana in questo periodo si veda Spesso (1980).
8. L'opera di Picasso trovò spesso accoglienza nelle pagine di *Domus* a fine anni quaranta, sotto la direzione di Gio Ponti; si veda per esempio il numero 226 del 1948.
9. Queste informazioni sono state riportate da Jonathan Zeitlin, in una conferenza dal titolo "Diffused Industrialisation in the Third Italy" (Industrializzazione diffusa nella Terza Italia), tenuta il 25 aprile 1985 agli studenti del programma di storia del design del Royal College of Art / Victoria and Albert Museum (non pubblicata).
10. Si veda Branzi & De Lucchi (1981, pp. 90-95).
11. Sulla vita di Gio Ponti si veda Ponti (1990).
12. Sullo sviluppo di questo commercio fra Stati Uniti e Italia si veda la tesi di Nicola White (1997, pp. 7-8).
13. Dettagli in merito si trovano in Settembrini (1995, p. 485).
14. Si veda Ponti (1990) per maggiori dettagli.

*Questo articolo è stato pubblicato in AIS/Design Storia e Ricerche, numero 3 marzo 2014*

---

### **PENNY SPARKE**

*Penny Sparke è docente di Storia del design all'Università di Kingston, Londra. Ha studiato letteratura francese all'Università del Sussex dal 1967 al 1971 e ha conseguito un PhD in Storia del design al Politecnico di Brighton nel 1975. Ha insegnato Storia del design al Politecnico di Brighton (1975-1982) e al Royal College of Art (1982-1999). Ha partecipato a diversi convegni e ha curato numerose mostre e programmi televisivi. Ha pubblicato numerosi libri, tra i quali *Italian Design from 1860 to the present* (1989); *The Plastics Age* (1990); *As Long as it's pink: The sexual politics of taste* (1995); *An introduction to design and culture, 1900 to the present* (III ed., 2004); *Elsie de Wolfe: The birth of modern interior decoration* (2005); *The modern interior* (2008). I suoi interessi di ricerca si concentrano sugli aspetti del design che riguardano il gusto e il genere, e gran parte del suo lavoro è centrato sull'interior design.*

---