

L'INIZIATIVA

Oltre 500 opere e una scuola di restauro Nasce in Triennale il Museo del design

Un museo dove gli allestimenti scenografici diventano opere di design. Dove le opere esposte, oggetti per la casa, poltrone, lampade, biciclette, scooter, treni, elicotteri, sono sempre le stesse ma non restano cristallizzate nel tempo, invece tornano materia viva, oggetti di nuove invenzioni.

C'è una data per il taglio del nastro, il 6 febbraio, c'è una collocazione, al primo piano interamente restaurato e climatizzato del Palazzo dell'Arte, ci sono gli artisti scelti per la prima «messa in scena» per il «Museo del design»: Peter Greenaway, filmmaker di successo e pittore (consacrato come tale per "I misteri del giardino di Compton House"), e Italo Rota, uno degli autori del Museo d'Orsay di Parigi insieme a Gae Aulenti. Due «architetti anomali», come li definisce Davide Rampello, presidente della Triennale, perché «creare oggi un Museo del design significa inventare una formula inedita». E cioè non più raccogliere oggetti con «un criterio classificatorio per anno e per genere o per autore - spiega Rampello - , perché questo toglie agli stessi l'aura dell'affettività che noi tutti riversiamo su oggetti, sì di design, ma nati per diventare oggetti di uso comune».

Italo Rota, che aveva già dato una indimenticabile definizione di «illuminare, inventare la notte per riscoprire il giorno», spiega il Museo del design così concepito come «archeologia viva, breve e immediata su quello che ancora è tiepido». Dunque sul presente che viviamo. Il lampadario di Castiglioni, la poltrona Lady di Zanuso, la sedia di Magistretti. E poiché la questione della produzione in serie è centrale nella storia del design, il nuovo museo sarà affiancato dal primo Laboratorio di restauro del Modernariato, in collaborazione con il Politecnico e la facoltà di Chimica di Pavia.

Un museo, questo, non da guardare ma da seguire nel tempo. Che corrisponda al tempo fluido che tutti noi viviamo. Restano gli oggetti, non gli allestimenti che saranno in trasformazione continua, affidati di volta in volta a una coppia di architetti e registi-scenografi. «Questo - spiega Rampello - , naturalmente, ha un costo. Ma siamo aiutati dalle grandi aziende del design che si sono rese disponibili a realizzare questi progetti. Gli allestimenti diventano opera di design, metalinguaggio che ha le caratteristiche dinamiche della progettualità». Obiettivo: avvicinare un pubblico più vasto, stuzzicarlo a rivedere il museo più volte nel tempo. Ed ecco che, realizzare oggi un Museo del design italiano vuol dire anche «creare un ulteriore legame con la formazione, le università, la Camera di Commercio, la Fiera, le imprese», insiste Rampello.

Nel museo troveranno posto tutte le declinazioni della cultura, compreso il «food design» e il «fashion design» Il palazzo di viale Alemagna si candida a diventare, così, il testimone vivente del «life style», lo stile di vita italiano. A fianco, nascerà un centro di ricerca che si prefigge di fare da cerniera tra gli sforzi creativi dei diversi linguaggi.

Design, disse uno dei più illustri protagonisti dell'Italian Design, Vico Magistretti, che lanciò lo stile della casa italiana nel mondo (dalle sue idee e dalla sua matita sono nati progetti innovativi destinati a rivoluzionare la produzione d'arredo in Italia, influenzando in modo determinante anche sul gusto degli italiani e sulle loro abitudini) «è anche guardare gli oggetti di tutti i giorni con occhio curioso».

Il nuovo Museo non è un'azione casuale ma va a completare la struttura da holding culturale della Triennale: da viale Alemagna alla Bovisa, «il Teatro quando ci sarà - aggiunge Rampello - , e poi il museo d'arte contemporaneo, rappresentano un unicum articolato che messo in rete con alte tecnologie funzionali concorre allo sviluppo del territorio». Infine, se oggi esiste un design italiano lo si deve ai progettisti ma anche al grande know out, alla tecnologia delle imprese italiane. «Che hanno saputo costantemente innovarsi e trovare soluzioni tecnologiche assolutamente irripetibili, quelle che hanno consentito di non perdere la sfida con il grande mercato cinese, per esempio, perché hanno tenuto alta la qualità».