

CRONACHE DEL DESIGN

L'ESTETICA CON I MULTIPLI di Bruno Munari

I multipli sono oggetti a funzione estetica prodotti in serie, in numero limitato o illimitato di esemplari secondo la funzione e le tecniche. Essi possono essere a due o più dimensioni e hanno lo scopo di comunicare, per via visiva, una informazione di carattere estetico o comunque di conoscenza di fenomeni inediti a un pubblico più vasto possibile e indifferenziato.

Non si rivolgono quindi a collezionisti o a specializzati, ma a tutti. Si chiamano anche opere moltiplicate, ma non sono la riproduzione di un capolavoro unico, sono invece progettate apposta per essere prodotte in serie, ogni esemplare è uguale all'altro e non esiste il pezzo unico originale: ogni esemplare è un originale.

Il tipo di comunicazione estetica che si intende trasmettere con i multipli non è la stessa che si trasmette con la pittura o la scultura o altre opere simili. Di solito è una comunicazione estetica elementare o, in certi casi, elevata, ma che non può essere trasmessa meglio in nessun altro modo. Non sono la rappresentazione figurativa o astratta di un aspetto della natura, ma sono essi stessi il fenomeno. Di solito le informazioni estetiche trasmesse dai multipli si riferiscono a fenomeni di distorsione di immagini, di accumulazione di forme-moduli, di insoliti aspetti della percezione ottica o cromatica, rendono coscienti il fruitore, in un attimo, di un fenomeno topologico che, se fosse spiegato a parole, occorrerebbe un libro intero per capirlo.

Proprio per il contenuto che portano, sono progettati senza stile alcuno, e con le materie più giuste per trasmettere ciò che si intende far sapere: un aspetto della flessibilità sarà dato meglio da un filo d'acciaio che da un disegno, un aspetto di elasticità sarà dato meglio con un foglio di gomma, eccetera. I multipli sono, se così si può dire, l'aspetto dell'arte del design (benché il designer preferisca parlare di estetica e non di stile) e vengono prodotti industrialmente tenendo conto soprattutto che il prezzo dell'oggetto permetta una vastissima diffusione. Soltanto le persone che confondono il prezzo col valore (ci sono collezionisti che non considerano degna di attenzione nessuna opera che non costi almeno un milione: se a costoro si offrisse un disegno di Picasso per cinquanta lire non lo vorrebbero) non possono capire l'importanza di una tale operazione per la diffusione della cultura moderna.

I multipli sono quindi il frutto della sperimentazione nel campo del design di ricerca, dove il designer trova dei fenomeni che ritiene che debbano essere conosciuti da tutti. Naturalmente, come succede spesso, questa idea viene di moda e tutti si mettono a produrre qualcosa che chiamano multipli, ma vediamo se è possibile distinguere i falsi multipli dai veri.

Sfruttando questa confusione tra valore e prezzo, alcune gallerie d'arte producono e mettono in vendita dei multipli a prezzi altissimi che vengono giustificati dal fatto che la produzione è limitata e che gli oggetti sono firmati. Questo fenomeno oltre a dare un falso prezzo agli oggetti, ha lo scopo evidente di formare una sottofauna di collezionismo minore il quale, non potendo spendere molto per un'opera originale unica fatta a mano, si accontenta di opere in serie, purché limitata e accetta volentieri il prezzo alto. Naturalmente, quasi sempre questi multipli sono la riproduzione in formato ridotto di opere uniche. In tutti i musei del mondo sono in vendita delle stampe che riproducono quadri famosi e delle piccole sculture che riproducono, in scala, opere uniche maggiori. Questi non sono multipli, sono riproduzioni e non produzioni.