

RAGIONARE COL CUORE (1998)

Riflettori accesi sull'“intelligenza emotiva”, strumento di comprensione olistica.

Il nostro modo di osservare e interpretare il mondo sta diventando vecchio.

La logica ha costruito una solida gabbia cartesiana attorno alle nostre potenzialità espressive, comunicative, interpretative. Non si vuole misconoscere l'importanza che la razionalità ha avuto nel processo evolutivo, ma porre l'accento sul fatto che i processi deduttivi ed “analitici” riguardano prevalentemente l'emisfero cerebrale sinistro, mentre il destro sovrintende ai processi intuitivi e “sintetici”, e che questa seconda modalità di apprendimento e di relazione viene generalmente ritenuta meno attendibile, almeno nel mondo occidentale, dove vengono privilegiate invece le capacità logiche e razionali.

Viviamo una grande trasformazione, globalizzante, multimediale, connettiva, la quale pone a confronto diversi saperi, diverse visioni del mondo, diverse etnie e perfino diverse identità all'interno dello stesso individuo. Per comprendere - ed elaborare - tutte le problematiche legate a questo cambiamento di assetto, serve un salto qualitativo; un salto che non può essere rappresentato solo dallo sviluppo tecnologico ma anche e soprattutto da nuovi valori, nuove modalità percettive e in definitiva da una nuova coscienza.

E questa nuova coscienza deve nascere da un atteggiamento unificante, capace di comporre i contrasti sia nel sistema mondo, quel macrocosmo in cui gli emisferi destro e sinistro possono essere visti come il nord ed il sud, sia nel sistema individuo, nel quale agiscono in modo spesso contrastante ragione ed istinto, logica ed intuizione.

Questa nuova coscienza sembra fondarsi proprio sull'integrazione; un'integrazione che si apre alla compartimentazione dei saperi, alle culture ‘altre’ e alla molteplicità.

Un'integrazione tra il sapere tradizionale e la conoscenza esperienziale, vissuta, che passa dall'insegnare il passato all'indagare il futuro, con tutto il suo carico di necessità, aspettative, speranze, paure, desideri.

Una nuova modalità di “essere presenti” è forse alle porte, e la scuola può esserne la chiave: ma questa modalità si costruisce non solo su “cosa insegnare”; soprattutto, invece, su “come insegnare”, e quindi sulle dinamiche del rapporto scolastico. La scuola diviene uno spazio per le emozioni. L'intelligenza emotiva non è una materia da insegnare ma un atteggiamento da vivere.

Con questi concetti Mario Salomone ha aperto il seminario di studi “Intelligenza emotiva e scuola”, tenutosi a Milano il 14 e il 15 dicembre.

Il seminario, voluto dal Sottosegretario alla Pubblica Istruzione Carla Rocchi ed organizzato dalla Provincia di Milano e dal Provveditorato agli Studi di Milano ha saputo mettere in risalto l'importanza degli elementi emotivi ed affettivi nel processo di insegnamento e di apprendimento.

Un processo che necessita di nuove visioni, che deve considerare il sapere attuale come una proposta con cui confrontarsi e non come una certezza da apprendere o da insegnare acriticamente.

La scuola sta vivendo una transizione tra un modello di apprendimento “astrattamente cognitivo e disincarnato” ed uno “emotivo, corporeo ed unico”.

Certo, il modello vecchio è difficile da abbandonare. Come ha mostrato Gianluca Bocchi, è un modello legato ad una visione del mondo nata alla fine del settecento, allorché Laplace ipotizzava l'arrivo di una “conoscenza assoluta”, coincidente con la scoperta del Grande Meccanismo, del quale, da allora, non avremmo dovuto far altro che perfezionare numericamente la visione.

Quel progetto scientifico, basato sull'idea del generalizzato e del depotenziamento delle differenze è ormai giunto ad un punto critico. Ed è in errore chi crede che questa nuova visione sia esclusivamente appannaggio dei mistici o degli artisti: basta leggere un testo scientifico contemporaneo per accorgersi che relatività e fisica dei quanti non possono essere comprese con le vecchie logiche. Per capire, ci vuole l'intelligenza emotiva.

Quando si parla di intelligenza emotiva si fondono necessariamente concetti di tipo logico e concetti di tipo intuitivo e “sentimentale”.

Ervin Laszlo ha posto i paradigmi di questa intelligenza, che dovrebbe traghettarci nella Grande Transizione: una crescita di consapevolezza oggi realmente indispensabile, che deve passare attraverso i nuovi presupposti di responsabilità, di condivisione, di presa di coscienza d'essere tutti parte di un'unità più grande. Viviamo una gara, dice Laszlo, tra logiche obsolete e nuova cultura, e l'instabilità del sistema è proprio un indice delle possibilità di cambiamento.

Questa gara si gioca e si vince, anche in ambito scolastico, attraverso la sintonia emotiva, intesa come co-coabitazione di spazi emotivi. In quel contesto possono essere migliorate le dinamiche di apprendimento, poiché l'emozione è ciò che concorre a dare valore all'esperienza che stiamo vivendo. Si pone quindi come variabile fondamentale nel rapporto allievo-docente. Insistendo su questa variabile, Walter Fornasa ne ha ipotizzato una identificazione attraverso il "quoziente emozionale" non certo come dato quantitativo, ma come osservazione delle interazioni, della loro intensità e del loro valore.

Agli insegnanti che hanno visto la proposta come una incombenza in più nel già fitto elenco di incarichi ed obiettivi, va detto che l'introduzione di questa variabile, se applicata correttamente, dovrebbe contribuire a togliere peso ed a rendere anche il loro difficile ruolo meno gravoso e ancora più ricco di senso.

intelligenza emotiva: un percorso bibliografico

L'intelligenza emotiva è venuta alla ribalta con il best seller di Daniel Goleman, che si chiama appunto "Intelligenza emotiva" (Rizzoli), giunto oggi alla sua trentaduesima edizione in Italia. Tuttavia, se consideriamo le molte discipline e le molte visioni chiamate in causa, non è difficile trovare un percorso bibliografico, a cominciare per esempio da Goethe che nella "Dottrina dei Colori" polemizzò con Newton, ponendo una visione qualitativa di fronte a quella quantitativa e matematica.

Per chi vuole un agile approfondimento sulla neurofisiologia del cervello:

Jean-Luis J. De Mendoza

Cervello destro, cervello sinistro - Il Saggiatore/Flammarion

Nitamo F. Montecucco

il Cervello e l'unità della coscienza (in "Cyber" - n. 71), luglio 1996

Per chi ricerca applicazioni pratiche dell'intuizione e del cervello destro due pietre miliari della creatività:

Betty Edwards

Disegnare con la parte destra del cervello - Longanesi, Milano,

Ersilia Zamponi

I Draghi Locopei - Einaudi, Torino

e poi, per chi ama gli aspetti metodologici, i molti saggi di deBono, di cui ricordiamo il fondamentale

Edward De Bono

Il pensiero laterale - Rizzoli, Milano

Per chi vuole confrontarsi con i nuovi paradigmi scientifici e scoprire quanto la logica sia inadeguata, non c'è che l'imbarazzo della scelta; Un 'classico':

Fritjof Capra

Il Tao della fisica - Adelphi, Milano

Per chi ama gli aspetti antropologici, sociali ed evolutivi :

Ervin Laszlo

Il terzo Millennio, la sfida e la visione - Corbaccio, Milano

Julian Jaynes

Il crollo della mente bicamerale e l'origine della coscienza - Adelphi, Milano

Per chi vuole approfondire gli aspetti spirituali o metafisici:

Alice A. Bailey

Dall'intelletto all'intuizione - Nuova Era, Roma

René Guénon

Il regno della quantità e i segni dei tempi - Adelphi, Milano

PIÙ CHE PAROLE, IMMAGINI (1999)

Sono sempre di più le informazioni che ci raggiungono attraverso gli occhi. Giornalismo e pubblicità affidati sempre di più alla suggestione delle immagini, l'ampio uso di segnaletica visiva, il "vestito" che i pubblicitari ed i grafici costruiscono per i prodotti, sono solo alcuni dei segni evidenti di come le immagini diventino sempre di più veicoli di concetti, di messaggi, di informazione.

Nei computer, il passaggio dall'ambiente dos all'ambiente windows è un altro momento emblematico che ci permette di constatare come il messaggio visivo sia più accessibile e più intuitivo di quello che fa ricorso a codici convenzionali. Persone come il sottoscritto, ad esempio, avrebbero avuto molti più problemi con il computer, se Apple non avesse pensato a semplificare le procedure rendendole, appunto, visive.

Sul fatto che la nostra civiltà stia diventando più "iconica" sembrano essere quasi tutti d'accordo, ma sugli effetti di questa nuova (antichissima) modalità di passare informazioni, le opinioni sono spesso divergenti.

Cibo per gli occhi

Sul valore delle immagini, sulla loro capacità di "fabbricare mondi" e addirittura di muovere neuroni nel cervello, si sono scritte molte cose. Il potere evocativo delle immagini è indubitabile. All'insegna di questo potere, oggi perfino il limite tra disegno e fotografia sta sfumandosi: l'interazione tra questi due grandi linguaggi è ampia ed abbraccia tutti i media: dal ritocco anticellulite o antirughe sulle foto delle dive eseguito in Photoshop (dal vero al "finto"), fino alla creazione di paesaggi virtuali particolarmente realistici, come quelli creati con Strata Vision, alla cui base ci sono modelli matematici. (dal finto al "vero")

Al di là di tutti i detrattori delle nuove tecnologie, tutto questo appare prima di tutto come una nuova ricchezza espressiva, un nuovo strumento per nuove potenzialità, che troveranno nuovi spazi in quella grande piazza che si chiama - e si chiamerà - illustrazione.

Si è detto spesso che il testo parla al cervello e le "figure" parlano al cuore. Questo assunto è stato sintetizzato - e trasformato in teoria - da quelli di PaloAlto, in particolare Watzlawick, Beavin e Jackson, autori del famosissimo saggio "Pragmatica della comunicazione umana", nel quale vengono sintetizzati due grandi universi linguistici: l'"analogico", governato dall'emisfero cerebrale destro, ed il "digitale", governato dal sinistro.

Nel regno dell'analogico trovano posto tutte quelle forme di comunicazione istintive e intuitive che conservano qualche forma di analogia con ciò che rappresentano; si tratta di trasmissioni più accessibili da diverse culture, e decodificabili in modo più diretto: gesti, disegni, suoni. Analogica è la lingua con cui parliamo ai cani, a neonati ed è quella con cui parleremo con gli alieni.

Digitale è invece il linguaggio creato da codici basati su una convenzione. E' il caso dei linguaggi verbali, matematici e di tutti quei casi in cui vengono chiamate in causa la logica e la razionalità.

Ecco perché i segni e i disegni hanno questa capacità di toccarci in modo più diretto, meno mediato, appunto, e di passarci informazioni di una qualità speciale, più facili da capire e da ricordare.

i cancelli del cielo

Ma c'è anche chi sostiene che le immagini, o almeno l'abuso delle immagini, contenga una sorta di rischio e di limite all'immaginazione. La presenza di un forte corredo visivo ad un racconto, potrebbe limitare le nostre capacità immaginative. Insomma, vedere Moby Dick rappresentata in un disegno toglierebbe alla nostra immaginazione la capacità (ed il piacere) di fabbricare una nostra personale Balena Bianca, di inventarla di nuovo nei nostri pensieri. L'illustrazione potrebbe spingerci a prendere per buona l'immagine che ci viene proposta, senza andare alla ricerca di Moby Dick insieme al Capitano Nemo.

Personalmente non la penso in questo modo, e di fronte alla logica di questo ragionamento vedo e ricordo, e rivivo perfino l'enorme quantità di sogni, di avventure e di curiosità scatenate dalle immagini dei libri dell'infanzia, ricordi indelebili, meravigliosi soprattutto quando si pensa che a provarli è stata la "mano" di un nostro simile, poco importa se con o senza mouse. Perché nell'illustrare c'è

qualcosa di diverso dal documentare: c'è proprio l'intenzione di creare un ponte verso il cielo della fantasia. Perché è particolarmente vero che le immagini provocano altre immagini, che spesso, se non ci fossero immagini tutto sarebbe molto più piatto ed incolore. Che i mondi che ci propongono ampliano ed aiutano il nostro. La cosa ha risvolti pratici molto interessanti: per esempio sul piano didattico, è stato ampiamente mostrato come sia più facile apprendere concetti quando sono espressi o completati da disegni, grafici o altre figure.

Gilda Perocco e Luigi Sarti hanno raccolto in un interessante articolo i fondamenti ed i principi base con cui affrontare i temi della rappresentazione visiva per scopi didattici.

immagini oltre l'immagine

Una cosa è certa: anche l'illustrazione deve cercare continuamente nuove frontiere, superare se stessa, proporsi in forme sempre nuove. Raccolgo e riporto la provocazione suggeritami dal nostro direttore: insieme alla "trasformazione" delle forme narrative per ragazzi, oggi sempre più lontane dal loro modello originario (si potrebbe dire c'era una volta "C'era una volta") lanciamo una sfida a coloro che disegnano e dipingono libri per ragazzi. Destruire il mondo delle immagini, rompere alcuni schemi che possono sembrare intoccabili. Qualche editore ardito e d'avanguardia l'ha già fatto. Rilancio la provocazione per creare su Andersen un censimento dell'editoria per ragazzi "fuori dagli schemi". Le strade inconsuete offrono panorami nuovi: l'introduzione per esempio di arte informale, di immagini che non "rappresentano" ma evocano, stimolano, insomma comunicano senza raccontare, potrebbe essere un passo molto significativo. Un passo che potrebbe svolgere un compito fondamentale, educando ad un confronto ancora oggi spesso eluso che non è, come molti credono, il rifiuto di "un'immagine che non significa niente", ma il rifiuto, anche culturale, di avventurarsi nella propria interiorità.

IMMAGINI per iscritto

Per trovare l'articolo citato:

Gilda Perocco e Luigi Sarti

Grafica e comunicazione didattica

in "Tecnologie didattiche", quadrimestrale di tecnologie didattiche (numero 10, autunno 1996)

Edizioni Menabò - Ortona (CH)

tel. e fax 085/9064999

a proposito di analogico/digitale:

P. Watzlawick, J. Beavin, D. Jackson Pragmatica della comunicazione umana Astrolabio, Roma 1971

Una pietra miliare sul valore dell'immagine:

R. Arnheim Arte e percezione visiva Feltrinelli

Un libro divertente ed allo stesso tempo completo sulla percezione e la comunicazione visiva

T. Casula Tra vedere e non vedere Einaudi

Per chi vuole una panoramica intelligente del nostro patrimonio di segni e simboli (con un'ampio corredo di immagini)

Adrian Frutiger Segni e simboli - Stampa alternativa/Graffiti (Nuovi Equilibri)

CHE BEL CARATTERE! (1999)

Nell'editoria per ragazzi testo ed illustrazione sono le due colonne su cui si costruisce l'"oggetto libro". Ma l'architettura di questo oggetto è determinata dalle scelte del grafico.

Quando un libro è bello

Sui meriti dell'illustrazione, sull'importanza del corredo visivo ad un racconto non ci sono dubbi. Ma la sottile orditura che lega immagini e testo, che decide quali spazi devono essere riempiti, ed in che modo devono essere riempiti, che stabilisce dimensioni, colori, caratteri di stampa e molte altre variabili, ebbene tutto questo progetto, spesso sfugge ai nostri occhi, affascinati dalla bravura dell'illustratore, o rapiti dal racconto. Eppure la grafica è quell'insieme di decisioni e di realizzazioni che decide lo stile da assegnare al racconto e che riesce, quando ci riesce, a fabbricare un'atmosfera. In che modo? rendendo coerenti molti elementi diversi. E' riduttivo dire che la grafica di un libro, contribuisce a rendere più comprensibili o più gradevoli i contenuti. In molti casi il visual design, le scelte grafiche e cartotecniche, aumentano in modo determinante il valore dell'oggetto-libro. E non parlo solo di valore materiale, ma anche di emozioni, simpatie, sensazioni piacevoli che migliorano la lettura.

lo "stile molteplice"

Nonostante il mondo dell'editoria sia molto vivace, e sforni continuamente novità, non credo si possa parlare di "nuovi stili" nella grafica del libro per ragazzi. La nostra epoca non sembra destinata a fabbricare uno stile come è avvenuto in altri momenti storici. A noi tocca il compito di collegare ed unire l'esistente; di sfruttare le migliaia di linguaggi già disponibili e di far convergere questo meraviglioso patrimonio nel Villaggio Globale. Questa sì che è evoluzione. E così, questa molteplicità ci offre una scelta molto grande di stili, di modi espressivi, di linguaggi, primo fra tutti quello dell'integrazione tra testo ed immagine. Nei libri di fiabe di una volta, testo ed immagini erano nettamente separati; ricordo spesso la dicitura: "con sei tavole illustrate fuori testo". Accadeva un tempo, quando si stampava il testo in tipografia e le quadricromie, ossia le immagini a colori, venivano stampate a parte, e poi incollate a mano. Oggi le nuove tecnologie danno modo di "montare" e di rielaborare insieme scritto e figura, di sovrapporli, di inserire l'uno nell'altra. Permettono di intervenire sul testo in molti modi, non soltanto scegliendo corpo e carattere, ma perfino trasformando il testo in un'immagine. Questo significa liberare non solo la fantasia del progettista, ma anche quella del lettore.

Gli ingredienti della ricetta grafica

Senza la pretesa di voler condensare in poche righe una serie di scelte complesse e differenti, che mettono in gioco senso estetico, cultura, intuizione e - malgrado tutto - una certa abilità manuale, proviamo ad esaminare quali sono i principali elementi con cui il grafico "cucina" il suo piatto. Ognuno di questi ingredienti può essere affrontato in maniera convenzionale, oppure può essere il risultato di una scelta innovativa. Lo sviluppo delle tecnologie consente oggi di spaziare a tutto campo tra ipotesi di lavoro molto diverse tra loro:

1) il formato

La scelta non riguarda solo le dimensioni. Certo, le dimensioni sono importanti: servono per far stare un libro in tasca, oppure a farlo troneggiare in uno scaffale, a renderlo facile da sfogliare anche per un bambino piccolo, oppure a contenere molti elementi in un'unica facciata. Ma la creatività del grafico, anche se limitata da alcuni standard produttivi, va alla ricerca di forme: dagli equilibri aurei suggeriti dalla geometria, fino alle fustellature più azzardate. Abbiamo così ammirevoli esempi di rigore costruiti per esempio sul modulo quadrato, e libri a forma di frutto, di nuvola, di animale.

2) i materiali

altre grandi opportunità derivano dai molti materiali impiegabili. I grafici e gli editori spesso hanno sperimentato materiali nuovi. Alla base di queste ricerche c'è il desiderio di offrire anche una lettura "tattile", ovvero un rapporto più sensuale con il libro. Ne abbiamo viste di tutti i colori: libri cuscino, libri impermeabili, libri di sughero, di stoffa, di poliestere. Inutile dire che il supporto più amato è sempre la carta, e bisogna dire che oggi l'offerta di carte è così ampia da permettere ampi spazi

espressivi. Ciò che è importante per il grafico è la coerenza: ben vengano le nuove carte metallizzate se si tratta di un racconto di fantascienza, ma per Mago Merlino ci vuole una carta che ci ricordi la pergamena.

Analogo discorso vale per la legatura. Spirali, ganci, perni e trovate cartotecniche hanno portato a nuovi design dell'oggetto libro che si affiancano alle legature in brossura o, più pregiate, a filo e refe.

3) i colori

La stampa oggi permette un uso totale del colore. Mai come in questo caso la scelta del progettista grafico non è "solo" estetica. Ormai sappiamo che i colori sono portatori di informazioni e che ci forniscono chiavi di lettura.

La sensazione che ci da una grande pagina blu con un piccolo testo in bianco è ben diversa da quella che proviamo davanti ad una pagina arancione con il testo in verde. Anche qui, a far da guida è la sintonia tra le scelte grafiche ed il racconto; la ricerca di elementi - testuali, grafici, cromatici - che insieme costruiscano un linguaggio coerente.

4) la gabbia

La gabbia tipografica, detto alla buona, è il progetto che prevede l'utilizzo dello spazio nella pagina. Prevalentemente riguarda l'orditura del testo e dei titoli, ma determina anche l'ingombro delle immagini. Infatti, quando le immagini sono a piena pagina si chiamano anche "fuori gabbia"

La gabbia può organizzare il testo a una o più colonne, e queste colonne possono essere "a blocco", come avviene in questa pagina, "a bandiera", quando sono allineate da una parte e frastagliate dall'altra come avviene nelle poesie, o "a epigrafe" quando sono centrate su un asse.

Detto così il tutto sembra molto tecnico. Eppure provate ad immaginare una gabbia che preservi un'ampia cornice bianca attorno al testo, e raffrontatela con una gabbia che riempie la pagina, e scoprirete perché l'una vi da un senso di leggerezza, mentre l'altra sembra togliere aria.

Provate a confrontare un testo a blocco con uno a bandiera e scoprirete diversi modi di leggere, che ovviamente si adattano a messaggi diversi.

Anche la decisione circa la larghezza della riga (che in termine tecnico si chiama "giustezza") non è solo una scelta formale: infatti determina quante volte noi andremo 'a capo' e cioè il numero di giri che faranno i nostri occhi durante la lettura;

5) i caratteri

Le dimensioni di un carattere sono fondamentali per la lettura; sappiamo che il corpo otto è appena sufficiente per una lettura agevole. Nei libri per ragazzi il corpo diminuisce con il crescere dell'età. Ma nella scelta delle "lettere" con cui comporre un testo un aspetto fondamentale riguarda il carattere da adottare. Il carattere - come dice il suo nome - è capace di dare una certa impronta al testo, o meglio, di sottolineare l'impronta del testo. Proprio come tra la gente, anche tra i caratteri ci sono quelli decisi ed assertivi, quelli sognanti, quelli leggiadri e quelli pesanti e massicci, quelli all'ultima moda e quelli un po' vecchia maniera, quelli buffi e quelli seri.

6) il capoverso

Chi ben comincia è a metà dell'opera. Con un buon incipit il testo dichiara subito la sua natura e la sua qualità. Elemento ricavato dagli antichi testi miniati, il capoverso impreziosisce la composizione, ma soprattutto ci fa subito entrare, come una piccola finestra aperta sul racconto, nel vivo della lettura. Nell'editoria per ragazzi ed in genere nei libri illustrati il capoverso è frequentemente impiegato, a volte con piccoli capolavori di illustrazione. E' questo uno degli ambiti in cui testo ed immagine "cooperano" apertamente ed un buon capoverso è spesso frutto di una collaborazione tra grafico ed illustratore.

7) gli elementi decorativi

C'è poi tutta una serie di scelte di contorno, che vanno dalla numerazione della pagina alle cornici,

all'invenzione di elementi grafici "di contorno", da inserire nel testo o da utilizzare per caratterizzare la pagina. Anche in questo caso, la fantasia del progettista si mette in azione per assolvere ad un'esigenza: costruire un clima, arredare, insomma, un "ambiente libro" adatto a contenere proprio quel genere di contenuti.

GIOCARE PER VIVERE (1999)

Il gioco ci rigenera, ci riequilibra. E forse c'è più gioco nella nostra vita di quanto crediamo. Ingrediente fondamentale non solo della vita dei nostri figli, ma anche della nostra, ha radici molto profonde...

"Stanno giocando a un gioco. Stanno giocando a non giocare a un gioco. Se mostro loro che li vedo giocare, infrangerò le regole e mi puniranno. Devo giocare al loro gioco, di non vedere che vedo il gioco".

Così, nel 1969, Ronald Laing incominciava il suo bellissimo "Nodi" pubblicato in Italia da Einaudi nella collana Nuovo Politecnico. E mi è sembrato l'esordio giusto per quello che avrebbe dovuto essere un articolo capace di mettere in risalto la presenza del gioco nella nostra vita quotidiana, compresi quei suoi aspetti che riguardano la vita lavorativa.

In effetti ad una analisi appena un po' attenta della nostra vita, tutto, o quasi tutto, appare come un "gioco".

Passiamo con grande noncuranza da un "gioco" all'altro. Dopo avere giocato in borsa, dopo esserci "giocati" una parte della giornata alla scrivania, ci concediamo un po' di gioco con i figli, oppure un gioco di carte con gli amici, o ancora una partita di tennis, o addirittura "giochi d'amore" con il partner. Giochiamo al superenalotto, ed andiamo a vedere altri che giocano: a football, a basket, a ciclotappo.

non c'è niente da ridere: giochiamo tutti

Ma se andiamo ad una osservazione ancora più attenta, ci può venire il dubbio che tutto, tutto sia "un gioco". Vediamo di spiegare, altrimenti molti si potrebbero chiedere come mai, se giochiamo dalla mattina alla sera, non ridiamo tutti quanti a crepapelle. Una cosa che ha molto a che fare con il gioco è l'assunzione di un "ruolo". Ogni volta che noi ci assumiamo un ruolo, è come se entrassimo in un gioco. Il problema nasce dal fatto che in qualche caso, il ruolo ce lo scegliamo in altri ci viene assegnato, e magari non ci piace, e allora il "gioco" non è più tanto divertente e addirittura non siamo più disposti a riconoscerlo come un gioco.

Il lavoro, in questo senso, è il "gioco" che assorbe la fetta più grossa delle nostre energie e del nostro tempo e non solo non viene quasi mai visto come un gioco, addirittura viene contrapposto al gioco: lavoro e gioco; dovere e piacere sono gli opposti a cui siamo normalmente abituati.

D'accordo, esistono lavori in cui il gioco è davvero un ingrediente progettuale, dove, in un certo senso, è "obbligatorio" partecipare ed immedesimarsi. Questo vale, per esempio, per gli attori di teatro, per i calciatori, e per pochi mestieri diciamo così privilegiati.

giocare fa bene

Eppure, da un po' di tempo sembra che il tema del gioco si stia facendo prepotentemente strada nelle dinamiche del lavoro, e che la sua utilità nel rigenerare gli animi, nel creare atmosfere positive, nell'agevolare le soluzioni più geniali sia davvero sorprendente. Nelle agenzie di pubblicità, la fase "creativa", ovvero quella dove si formulano le idee, viene sviluppata mediante un particolare tipo di riunione, il brainstorming, nella quale non è consentito starsene in disparte, né giudicare l'operato degli altri né tantomeno frenare il proprio istinto al gioco. Si deve, al contrario, folleggiare, divertirsi, e rompere gli schemi il più possibile.

L'utilizzo della dimensione ludica, intuitiva, insomma del "pensiero laterale" per usare un termine di E. De Bono, promette ottimi frutti in ambiti diversi.

In questo modo si liberano nuove potenzialità e si aprono nuove idee, si aprono nuove vie: anche alla guarigione. In una recente puntata di "Pinocchio" Gad Lerner ha invitato dei "pagliacci professionisti" che prestano la loro opera negli ospedali, di comune accordo con gli staff terapeutici. Le risultanze di questi esperimenti sembrano davvero straordinariamente buone, non soltanto perché alleviano la sofferenza dei degenti con un po' di evasione, ma anche perché quell'evasione si traduce in risorse psicologiche che aiutano la guarigione.

Ma torniamo al nostro argomento centrale, il gioco. Se sono riuscito a convincere qualcuno che giochiamo spesso per non dire sempre, anche se non ne siamo consapevoli, forse a qualcuno sarà venuto il desiderio di sapere dove, o quando è nato il gioco, e come mai è così importante e, come abbiamo visto, efficace come rigeneratore e fonte di riequilibri psicologici.

Una indicazione molto interessante, in questo senso, ci viene dall'antropologia.

Giandomenico Montinari ha pubblicato recentemente "L'agnello e la scure" (Franco Angeli): un affascinante viaggio antropologico alle radici della civiltà, nel quale, in un certo senso, il tema del "gioco" è centrale.

cosa succede quando si gioca?

Il gioco è una alterazione delle regole diciamo così "normali" ed è caratterizzato da un inizio, uno svolgimento ed una fine. Anche se può sembrare, non è una semplice banalità: in questa alterazione dello spazio-tempo, e quindi nel mettere una parte di tempo "dentro una cornice", si aprono spiragli su qualche cosa di molto antico. Ma guardiamo un po' che cosa è il gioco: è una sospensione, operata con strumenti vari, della realtà esterna, che viene riportata all'interno del campo stesso sotto forma di simulazione, di rappresentazione.

Insomma, secondo quanto espresso ne "L'agnello e la scure", è qualche cosa che ci aiuta a esorcizzare la realtà perché ce ne offre una versione migliore, di cui noi abbiamo accettato le regole.

Senza che questa voglia essere una definizione completa, possiamo certo dire che il gioco è un po' una metafora della realtà. Ogni volta che giochiamo, non facciamo altro che alterarne alcuni aspetti, ma tutto sommato dal gioco possiamo sempre tirar fuori qualche cosa che, sulla realtà di tutti i giorni, ha un feedback positivo, come si dice oggi.

Per questo costruiamo continuamente dimensioni in cui si attua questa metafora. Non si tratta solo di un nostro diritto, come quando si dice: adesso mi merito due ore di evasione", si tratta di una potente pratica capace di salvarci, anche se a metterla in atto qualche volta bastano solo pochi gesti.

giochiamo da migliaia di anni

Si crea in questo modo un contesto speciale, in cui la realtà viene alterata; ebbene, quel contesto ha a che fare non solo con il gioco infantile, ma anche con la rappresentazione teatrale, il rito religioso, il setting psicanalitico, lo sport ed altre cose ancora.

Secondo Montinari tutte queste attività derivano da un'unica sorgente originaria: una specie di rito arcaico, una sorta di antichissima riunione "di branco" in cui i nostri antenati evocavano, si raccontavano e "riproducevano" le loro gesta, o fatti accaduti. Fu proprio in quel contesto che si cominciò a scoprire che quella pratica faceva stare meglio i partecipanti alla rappresentazione, che recuperavano più velocemente l'energia e che in qualche modo si sentivano legati gli uni agli altri in un modo più intimo.

Non solo, quindi nel "farci tornare bambini" ma anche nel farci riscoprire una dimensione più immediata e forse più arcaica, meno sovrastrutturata, di rapporto con la vita, c'è la potenza salvatrice del gioco. Ed anche quando diventa solo uno scherzo, solo una piccola pausa d'ufficio, può aiutarci ad alleviare stress, frustrazioni e forse perfino malanni. Ricordiamocelo, domani mattina al lavoro.

Tra spot pubblicitari incomprensibili e piccoli appartamenti di Macao.

A nessuno, credo, sarà sfuggito il fatto che nelle nostre televisioni da qualche tempo è comparso un nuovo tipo di spot pubblicitario.

Questa particolare forma di comunicazione che arriva proprio all'inizio del millennio, funziona più o meno così: prima di tutto ci sono delle scene bellissime, tramonti, paesaggi naturali di straordinaria bellezza, bambini africani felici, sportivi che stravincono ed esultano, splendide coppie di teenagers innamorati, attori sulla scena, anziani che sorridono e talvolta ballano, e così via in una sarabanda di emozioni positive.

La musica spesso è struggente, enfatica, che tocca l'anima.

Bene, direte voi, è tutto bellissimo, ma per adesso non si capisce a che cosa stanno facendo pubblicità. Proseguiamo nell'osservazione: sarà il testo del messaggio a darci qualche spiegazione? Il testo spesso manca. Possono comparire parole sullo schermo, parole importanti, toccanti, ma poco rivelatrici. Se il testo c'è in realtà, è un non testo, se vogliamo riferirci alla vecchia idea di comunicazione pubblicitaria: è una poesia. Dice cose del tipo di quelle che diceva il famoso replicante di Blade Runner; sembra che chi parla abbia trasvolato milioni di cieli, compresso e dilatato il tempo, vissuto cento vite, ma abbia anche saputo fermarsi a raccogliere un seme, un pulcino bagnato.... Bellissimo, ma cosa pubblicizza?

Tenete duro. Alla fine, ma proprio alla fine, qualcosa succede.: Compare una scritta: www.qualcosa.com.

Le persone anziane in genere si arrabbiano molto, perchè non capiscono. Da un certo punto di vista, invece, un certo gruppo di telespettatori capisce, va al computer, e digita quell'indirizzo, cerca quel sito, quel "dominio" (si chiama così!) nel web.

Certo, in qualche caso possiamo capire che si tratta di una grande marca, che conosciamo "per nome", ma bisogna comunque sottolineare che quel filmato non ci ha detto nulla di quello che tradizionalmente diceva la pubblicità.

Eppure, di informazioni, ce ne sono arrivate parecchie: visive, uditive, cinestesiche, emozionali, sentimentali, perfino pseudo ideologiche, anche se non razionali.

Il risultato di questa comunicazione è una "doppia azione": da un lato, quando ci si riesce, è quello di associare una serie di valori profondi ad una possibile scelta del telespettatore. Ma questa, è storia che conosciamo. L'altro effetto è quello realizzare questa scelta e dirottare verso il computer la prosecuzione del dialogo tra consumatore e azienda.

Non importa se quella azienda sia un motore di ricerca, un provider o qualcuno che vende qualcosa di concreto. Quello che vuole da noi è solo un click. E la scelta di "connettersi" con quel dominio avviene su basi seduttive. Senza nessun altro argomento che la seduzione. Ci penserà poi la struttura della pagina web a fornire tutti i contenuti desiderati, e solo quelli desiderati da quel particolare consumatore-utente connesso in quel momento. Potrà curiosare, copiare immagini, leggere storie, filosofie aziendali e comprare da vetrine informatiche dove scegliere, ordinare se vuole, come vuole, e pagare.

In questo è la forza dell'interattività, e cioè nel fatto che somiglia sempre di più al dialogo tra persone, come a dire botta e risposta. C'è un po' di differenza, rispetto a prima. Oggi l'azienda "ci ascolta" e - almeno virtualmente - ci accoglie, ci permette di visitarla. E qui però bisogna ricordare che il tranello linguistico del distacco tra significante (ciò che vedo nella pagina web) e significato (l'azienda reale) è arrivato alle sue massime dilatazioni. Eco definisce la semiotica come la scienza che studia tutto ciò che serve per mentire. Forse qui non ha neanche più significato parlare di menzogna. Non occorre che ci sia una corrispondenza tra azienda reale e azienda virtuale. Alcune aziende "virtuali" operano benissimo, sono efficienti, elaborano e smistano dati che provengono da tutto il mondo, e li rispediscono a migliaia di utenti, e magari quelle aziende sono solo un computer in un'appartamento, con un software raffinato e un abile operatore e quasi nient'altro.

Abbiamo cominciato parlando di ermetici spot pubblicitari sui grandi network, e siamo finiti in un appartamento, magari di Macao o di Vancouver, dove un giovane "decodificatore di simboli" come li chiama Jeremy Rifkin, ha inventato un suo business, e ri-investe i suoi guadagni in borsa, on line. Tutto questo è bello o è brutto? Lasciamo le partigianerie al piacere della dialettica, ma non dimen-

tichiamoci mai che la struttura del web, come dice la parola, è una ragnatela. Bellissima, per chi la osserva. Un po' meno per chi ci finisce dentro. A meno che non sia il ragno.

ALLA TV DANNO NATALE (1999)

Nelle civiltà arcaiche, il solstizio d'inverno era simbolo di rinnovamento interiore. Nella nostra, l'evento Natale è tutto proiettato all'esterno dell'individuo, nella grande festa dell'acquisto.

Ricordo una quindicina di anni fa una lunga discussione in uno studio grafico su quale fosse la tonalità giusta del "Rosso natalizio". Cartelle colori alla mano, si discuteva sulla scelta giusta, quando qualcuno fece una battuta: "Non c'è mica una corporate image del Natale!" Non, c'è un rosso imposto da standard di comunicazione, come invece accade per Ferrari, CocaCola e Marlboro.

Quindici anni fa forse non esisteva una corporate image (un'immagine coordinata) del Natale, ma oggi sembra proprio che un panorama prestabilito di concetti, di immagini, di oggetti emblematici si riproponga ogni anno come il più potente dei luoghi comuni che ci vengono regalati dai media. Natale è oggi infatti prevalentemente un fenomeno mediatico, come il Festival di Sanremo, la finale di Coppa o il Festivalbar e si avvia sempre di più a diventare la festa dei produttori e dei commercianti e sempre meno la festa dei bambini. Ma questo è un altro luogo comune. Meno comune è invece fare una considerazione autentica sul valore simbolico del Natale. E questo vale anche per i non cattolici. La festa della porta solstiziale affonda le sue origini nei tempi arcaici e sempre, in ogni civiltà ad esclusione di quella del mondo moderno, è stata vista come simbolo di rinascita interiore, stimolo per rinnovare intenti e propositi, al pari del sole, che dalla notte più lunga dell'anno ricomincia ad irradiare con crescente luminosità.

La nascita di Gesù (anche del "Gesù interiore") dovrebbe per i credenti assumere questo valore. Anche nel simbolismo cinese il solstizio d'inverno è legato al trigramma k'an, simbolo del freddo abisso invernale il quale però contiene l'origine del principio yang, attivo, caldo e positivo.

Ma di questa rinascita, nei media non troviamo traccia. Troviamo invece il ritorno di un grande carrozzone ripieno di candeline, panettoni, stelline, nonni (per l'occasione senza dentiere perché devono mangiare il torrone), caminetti e cagnolini che (sempre per l'occasione) non vengono redarguiti neppure se divorano il tacchino. Tutto un insieme di scenette "family life" nelle quali si è contenti sempre e soltanto in conseguenza di un acquisto. Gli argomenti su cui si punta per scatenare la cosiddetta "volontà d'acquisto", però, non sono materiali ma sentimentali: in questo modo non si compera un giocattolo perché è divertente, ma perché simboleggia amore per i figli, si sceglie un panettone perché unisce la famiglia, e così via, verso una lunga catena di promesse che hanno molto a che fare con i desideri del consumatore e molto poco a che fare con le caratteristiche intrinseche del prodotto.

Ma cosa importa? E' Natale, e non ci possiamo esimere da una serie di comportamenti (doni, cene, visite, inviti) che forse sentiamo più come dovere che come piacere ma che potrebbero riacquistare un valore antico, se solo riuscissimo a riaccendere davvero il sentimento dell'amore e della comprensione reciproca. Ma il sentimento, anche quando c'è, è travolto dal gioioso e perfino piacevole teatro della grande avventura massmediologica e commerciale, che crea un'idea, una forma-pensiero "Natale", nella quale trovano posto tutta una serie di simboli ricorrenti, di azioni, di scenari rassicuranti, ma lontani dal cuore autentico dell'antica tradizione, nella quale l'attesa dell'Evento non avveniva nel clamore e nello strepito dei mercanti, maveva soprattutto bisogno di silenzio interiore e di concentrazione sugli aspetti della vita più profondi e più intimi.

A PROPOSITO DELLA DOPPIA VISIONE (2002)

introduzione al testo "Teoria Z- verso una sintesi nella comprensione del mondo fisico"
di Pietro Giorgio Zerbo (con la collaborazione di Alessandro Alemberti) Ed. Le Mani

I

La "Teoria Z" è una teoria fisico-matematica che Pietro Giorgio Zerbo ha iniziato a realizzare a partire dal 1999, e che concerne una visione sintetica della realtà fisica. Sono passati quasi tre anni da quando ne ho sentito parlare per la prima volta. A quel tempo essa era molto distante dagli sviluppi attuali, e non aveva ancora questa denominazione. Devo premettere che io non sono né un fisico, né un matematico, e che quindi una buona parte dei suoi contenuti erano - e sono - per me di difficile comprensione. Tuttavia, l'esposizione che me ne fece a quel tempo Zerbo, mi colpì molto: nelle sue parole, le grandezze fisiche, gli operatori, le variabili, e concetti complessi come l'indeterminazione o la probabilità acquistavano per me riscontri reali, mostravano tutta la loro efficacia (ma anche i loro limiti) nel descrivere aspetti della realtà. Così mi appassionai alla ricerca che Zerbo stava conducendo. La sua paziente guida, le sue spiegazioni alle mie domande spesso banali e le sue "traduzioni" di sviluppi matematici in discorsi per me comprensibili, mentre mi riscattavano da un passato di studente non brillantissimo nelle scienze esatte, mi chiarivano il percorso che questi studi stavano compiendo e così ebbi l'opportunità di vedere la ricerca ampliarsi e svilupparsi fino alla sua forma attuale. Ancora oggi provo molta gratitudine per quelle trattazioni così vaste, ma il particolare più curioso legato alle spiegazioni di Zerbo e alle "lezioni" che mi impartiva, è che alla fine era lui a ringraziarmi perché - diceva - gli avevo permesso di esplicitare dei passaggi o delle implicazioni che forse erano rimaste tra le righe.

Malgrado tutto, continuo a non essere un buon allievo, almeno sotto il profilo fisico-matematico. Ma seguendo passo dopo passo l'evolversi della teoria, ho vissuto questo periodo come uno spettatore catturato dall'azione scenica. Mi hanno affascinato i significati che compaiono e che si presentano attraverso gli sviluppi matematici, ma soprattutto le implicazioni epistemologiche, che mi sembrano di notevole portata, e quindi di grande valore anche per chi, come me, non ha uno spiccato interesse per la fisica o la matematica.

Alle conferenze che Zerbo ha tenuto sull'argomento, oltre ad un pubblico di addetti ai lavori, vi erano spesso persone di tutt'altra estrazione: medici, letterati, psicologi, terapeuti. Ebbene, come è logico, molti di loro, all'inizio, seppure spinti dalla curiosità, temevano trattazioni troppo specifiche, lavagne piene di simboli e formule incomprensibili. Ma fin dalle prime battute, gli argomenti diventavano questioni di interesse collettivo, le formule acquistavano un senso, la loro spiegazione evocava domande, animazione, proiezioni in molte direzioni. A molti, come al sottoscritto, rimanevano pochi ricordi delle formalizzazioni matematiche, ma assolutamente presenti i passaggi logici, gli assunti, le deduzioni, che venivano percepite come ispirate da una super-logica. Pochi di noi sarebbero stati in grado di rispiegare ad altri il percorso, ma tutti avvertivano che le risultanze matematiche riposavano all'interno di una visione piena di senso. Ritengo che ogni persona che nutre un interesse per la conoscenza dovrebbe entrare in contatto con la fisica: essa è la disciplina che forse, più delle altre, aspira a diventare conoscenza ultima, interpretazione inequivocabile della realtà. I suoi paradigmi, il suo modo di porre e di affrontare i problemi, costituiscono una continua lezione di logica e il rigore del metodo scientifico ci sollecita all'esercizio della ragion pura. Tuttavia, la fisica, specie nell'ultimo secolo, ci ha portato non soltanto ad affrontare problematiche e questioni apparentemente lontanissime dalla realtà dei fenomeni, ma per di più, almeno agli occhi di un lettore interessato ma non dotato di grandi strumenti, ha prodotto più ambivalenze che certezze. Questioni come la doppia natura ondulatoria/corpuscolare, oppure concetti come l'indeterminazione, o come l'interazione dell'osservatore con l'andamento dell'esperimento, ci hanno abituato ad una fisica ben diversa da quella ottocentesca, nella quale tutto trovava un riscontro univoco nella logica e nell'esperienza, anche in quella quotidiana. Oggi la fisica ci ha abituati al dubbio.

E neppure sul metodo la nostra epoca riesce a produrre visioni univoche. Karl Popper rischiò di prendersi un colpo di attizzatoio sul naso ad opera di Wittgenstein, sull'argomento. Wittgenstein con il suo *Tractatus* era stato l'ultimo paladino del credo filosofico per cui ogni conoscenza scaturisce da una serie di osservazioni. Popper aveva risposto nel suo saggio rivoluzionario, *La logica della scoperta scientifica*, mostrando che la conoscenza non dipende solo da un'osservazione precedente, ma è anche il risultato di ipotesi liberamente inventate.

In terra di filosofi tutto questo è possibile, anzi, auspicabile. Ma anche nella scienza contemporanea sembra presentarsi una situazione simile, o per lo meno che presenta “strane” analogie. Basti pensare che la teoria fisica su cui si basano il funzionamento di un computer, del televisore e in generale di tutti i dispositivi elettronici, ossia la teoria quantistica, è soggetta ad una folta schiera di possibilità interpretative in mutua competizione tra di loro. Utilizzo volutamente il termine “interpretazioni” in quanto il formalismo della fisica quantistica è unanimemente accettato dalla comunità scientifica, e tuttavia ciò che esso vuole comunicarci non è palesemente manifesto, e quindi soggetto ad un pluralismo interpretativo. Ma non voglio addentrarmi in terra di scienziati. Albert Einstein, riferendosi alla insufficienza della fisica classica come paradigma definitivo, affermava: “abbiamo bensì le leggi, ma non sappiamo a quale quadro riferirle”.

La portata di certi assunti scientifici è colossale proprio perché ci guida verso un nuovo paradigma, di cui il precedente spesso non è che un caso particolare. Ma purtroppo il prezzo che si paga per speculazioni così estreme è alto: la fisica quantistica sembra per certi versi condurci verso una visione molto diversa, per non dire divergente, da quella della relatività. Restano famose le frasi di Einstein sulle zone indeterminate della fisica quantistica: evitando l’abusata citazione dei dadi, vale la pena ricordarne un’altra, quella domanda che Einstein pose ad Abraham Pais all’uscita di una conferenza: “Ma lei crede veramente che la luna non ci sia quando noi non la guardiamo?” Chi è ferrato in materia lo sa: i due percorsi, pure entrambi basati sull’applicazione del metodo scientifico, sembrano a volte portare ad una doppia verità, o meglio a due verità inconciliabili. Verità mutuamente contraddittorie si trovano anche nella grande pluralità di interpretazioni che si riferiscono alla sola fisica quantistica, cosicché la comprensione della materia diviene complessa. Per averne un’idea, basta provare a chiedere spiegazioni ad un professore di fisica del liceo. Vorrei poter avere gli strumenti per esprimere questa divergenza con la chiarezza e la semplicità tipiche del linguaggio matematico, ma non posso che evidenziarne la corrispondenza con una questione che si è dibattuta e si dibatte anche in ambito filosofico, quella tra filosofi epistemici e filosofi ermeneutici: un’altra “doppia verità” che si pone come spartiacque tra due modalità del pensiero umano.

Da un lato vi è l’indagine in una realtà non solo umana, ma fuori ed oltre l’uomo, immutabile ed eterna; dall’altra vi è un’idea di realtà che muta in base ai nostri strumenti di rappresentazione. “Nessuna cosa è dove la parola manca”, dice Heidegger. La realtà si manifesta attraverso le nostre relazioni con essa. Forse il collegamento con la fisica non è perfettamente calzante, ma non possiamo non prendere atto che il pensiero si sdoppia portando da una parte l’uomo al centro dell’universo, dall’altra il centro viene ricercato in una dimensione ultra-umana e ultra-fisica.

Il tema della doppia verità è cruciale: possono esistere verità complementari, ma non verità contrarie. Se due visioni si pongono antitetivamente, ed entrambe sono sostenute da un ampio contesto probativo, occorre trovare una via d’uscita: un balzo capace di render ragione di entrambe e di comporre una divergenza. Ne *La sintesi prossima* mi sono occupato diffusamente di questo tema evidenziando come il paradigma della dualità e dell’antagonismo ad essa relativo sia un *brainframe* ormai in crisi, e debba necessariamente essere superato, pena un arresto evolutivo. Questa visione ci porta oggi a vivere una costante contrapposizione tra punti di vista divergenti; tale modalità è stata vista come salvifica sotto il profilo epistemologico, mantenendo accuratamente il nostro pensiero all’interno della dialettica e ponendoci al sicuro dai rischi del dogmatismo. Tuttavia la visione scientifica, almeno nei suoi presupposti, dovrebbe tendere alla risoluzione di questa dicotomia che, da un punto di vista razionale, può senza dubbio essere vista come un problema.

Da qualunque parte lo si guardi, il nostro momento storico sembra esprimere soprattutto la molteplicità e l’elevata differenziazione. Se oggi il problema cruciale è quello della *compatibilità*, non bisogna dimenticare che in un prossimo futuro esso dovrà esser superato per aprire la strada all’*integrazione*. Si dovrà cioè passare ad affrontare il problema del reale rispetto e dell’attenzione verso ciò che è “altro” e di ricercare unità di intenti e cammini comuni. Uno degli scopi de *La Sintesi prossima* era proprio quello di evidenziare come laddove si riscontrino “contrapposizioni insanabili”, sia necessario scoprire euristicamente una via d’uscita.

In questa direzione, la Teoria Z esercita sicuramente il suo interesse maggiore e il seguirne lo sviluppo sollecita il nostro pensiero ad una logica matematica che è anche ancestrale e remoto contatto con la realtà delle cose, è relazione tra l’immensamente grande e l’immensamente piccolo, è - in definitiva - chiave per svelare al pensiero umano imminenti evidenze. l’autoevidenza fondamentale della realtà. imminenti e profonde connessioni del reale.

CHI BEN COMINCIA... (2004)

capiletera: la sintesi di testo e immagine

Fino ai primi decenni del novecento, la realizzazione dei prodotti editoriali avviene con grande cura ed altissima ricerca di qualità estetica. Ancora in epoca modernista, in quel periodo che tutti conoscono con il nome di "Liberty", la progettazione editoriale coinvolge spesso artisti di grande fama e la professione del tipografo, una delle cosiddette "arti applicate", si fonda su cultura, senso estetico e ricerca, talvolta anche maniacale, della perfezione realizzativa.

Questa ricerca di qualità subisce una progressiva caduta con l'avvento delle tecnologie che portano nelle tipografie soluzioni rapide e standardizzate: cibi preconfezionati, precotti, contrapposti ai manicaretti fatti in casa dell'epoca ottocentesca. E questo deresponsabilizza chi si occupa di tipografia, trasferendo la professione da mani artistiche a mani commerciali ed erodendo definitivamente il concetto di arte applicata. Un'erosione che ha le sue prime avvisaglie già nel 1884, anno in cui il tedesco-americano O. Mergenthaler inventa la prima macchina compositrice con caratteri a fusione: sarà battezzata "Linotype" nel 1886. Ci si prepara agli anni del saturnismo, oscura malattia dei tipografi a contatto con il piombo, agli anni della grande diffusione di periodici, e anche dei tipografi clandestini, anarchici, più impegnati sul piano ideologico che sul piano estetico-formale, che addirittura viene precepito sempre di più come una "sciocca leziosità".

Nel 1950 La LinoType (che nel frattempo è diventata una grande azienda) produce la "Linofilm" unendo la tastiera ad una rudimentale unità fotografica. Nasce così la moderna "fotocomposizione", che consegna definitivamente il mondo dell'impaginazione agli operatori informatici, la cui professionalità viene sempre più pesata sulla capacità di far girare dei software e non più, ormai, sulla capacità di rendere bello o leggibile ciò che viene stampato. Cambia, forse, con il gusto tecnologico, il concetto di bellezza.

Questo non significa, ovviamente, che dall'Ottocento non si siano più prodotti stampati di qualità, ma per ottenere questo risultato è stato necessario inventare una nuova professione, quella del "grafico". E il Novecento abbonda di grafici straordinari, con il risultato però che l'arte tipografica non c'è più: quel mondo si è diviso in due. Da una parte c'è la stampa d'élite e dall'altra c'è semplicemente la stampa, che se ingovernata e abbandonata a se stessa muta progressivamente. E nelle tipografie, un po' come nell'uovo di Alien, si incubano talvolta mostri.

Il grafico sta al tipografo un po' come l'architetto sta al muratore, con la differenza però che un muratore non ha la licenza di erigere una casa per i fatti suoi, mentre un tipografo può fare uno stampato da solo. Il risultato è ugualmente rovinoso, ma per fortuna non produce morti, se si esclude quella di quel mestiere fascinoso e antico in cui grafica e stampa si fondevano.

E i capiletera, ovvero le lettere decorate e figurate che vengono impiegate per segnare gli incipit di libri, capitoli e talvolta perfino paragrafi, sono un po' l'emblema della tipografia del passato, dell'editoria intesa come nobile mezzo espressivo e come forma che si profila e si costruisce nel tentativo spesso riuscitissimo di sottolineare i contenuti che veicola.

La storia di questi protagonisti della scrittura, prima ancora che della stampa, è antichissima, anche se stampa e confezionamento di libri non sono poi così distanti: si pensa comunemente che i libri scritti a mano nascano molto prima dei fogli stampati, ma non è così.

Dal IV secolo si afferma la scrittura Onciale, quella con cui furono scritti i testi della letteratura cristiana. Trasformatasi successivamente nella Semi-Onciale del V secolo, comincia, in embrione, ad anticipare l'idea di maiuscolo e minuscolo.

Nel 768, con Carlo Magno, compare la bellissima scrittura "carolingia" che costituisce un precedente ineguagliabile in termini di standardizzazione di caratteri, ma soprattutto realizza una chiara differenza tra maiuscolo e minuscolo. Accade così che un re, quasi certamente analfabeta, dia il suo nome alla madre di tutte le scritture occidentali moderne. Da quella, nasceranno infatti le scritture gotiche che, per progressivi arrotondamenti, condurranno al mondo dei moderni caratteri da stampa. Ma tra il 700 e il 750 compare anche il primo stampato di cui abbiamo notizia. E' un testo buddista realizzato in Cina con matrici in legno. La Cina manterrà questo primato, realizzando nell'870

il primo libro a stampa. E dalla Cina, la stampa a caratteri fissi (e quindi con matrici scolpite o plasmate a mano, che funzionavano come timbri) si diffonderà, ma abbastanza lentamente, anche da noi.

Intorno all'anno mille, in Europa, ogni abbazia possiede uno "scriptorium", copisteria di testi e scrigno del sapere. Ma ogni volume è un "pezzo unico", e se occorrono duplicati, si ricorre ad una paziente riscrittura.

E' proprio lì, in quelle abbazie, che comincia a diffondersi l'ars amanuensis che richiede, oltre ad una straordinaria abilità nello stilare lettere, anche la capacità artistica di "miniare". Di realizzare, cioè, illustrazioni che decorano e corredano il testo. Poi, progressivamente, scribi ed amanuensi pensarono di concedersi un po' di riposo che durò fino all'Umanesimo.

Nel 1454 Johann Gensfleisch, che tutti conoscono come Gutenberg, realizza la stampa a caratteri mobili. Il tipo di carattere che impiega è la "Textura" con la quale stampa la famosa Bibbia dalle 42 linee: è la prima scrittura imitata artificialmente con i caratteri di piombo. Segue la "Rotunda" del XV secolo, i.e. il gotico. Nasce il libro moderno. Ma l'idea di libro, non nasce ovviamente con Gutenberg, bensì molto prima, con i papiri destinati a conservare le scritture sacre in voluminosi rotoli, che vengono lentamente sostituiti da più comode e funzionali pagine rilegate, dove il silenzioso e paziente lavoro dei copisti trasferisce il sapere di ristrette cerchie intellettuali, preservandolo per una diffusione a venire.

L'accesso ai libri si fa via via più ampio, grazie al graduale miglioramento delle condizioni sociali e alle innovazioni tecnologiche, come appunto la stampa a caratteri mobili. Per quanto rivoluzionaria però, l'arte della stampa tenta agli inizi di riprodurre i manoscritti, accelerando il processo di produzione in serie dei testi, ma ricorre ancora agli amanuensi per il decoro dei capilettera.

Nei secoli successivi ci si concentra prevalentemente sull'essenza del carattere, sulla ricerca formale, alla quali portano contributi notevolissimi molti stampatori italiani, tra cui, nel Rinascimento, Aldo Manuzio e poi, alla fine del '700, Giovanni Battista Bodoni, il quale consegnerà alla posterità il più bel carattere da stampa di tutti i tempi.

A Bodoni si deve anche la ricerca di un rigore e di un equilibrio nella composizione e nell'impaginazione che fondano per molti versi i dettami dell'editoria moderna. Negli impaginati di Bodoni i capilettera sono rigorosissimi e non lasciano spazio ad orpelli e grafismi.

Con l'ottocento e con la diffusione dell'arte tipografica (proprio nel 1800 l'inglese Lord Stanhope inventa il torchio da stampa in ferro) rifiorisce l'uso dei capilettera decorati. Nella composizione a caratteri mobili si inseriscono i "cliché" litografici, capaci di riprodurre dapprima solo le illustrazioni e le immagini "al tratto" e cioè a tinta piena, e poi, successivamente, anche le sfumature di grigio ed i colori, attraverso l'impiego del raster, ovvero della "retinatura" delle immagini.

In epoca ottocentesca, e nel passaggio tra ottocento e novecento molti artisti passano per le tipografie.

In epoca Liberty, molti pittori a noi noti soprattutto per le loro tele, si occupano di tipografia, andando ad alimentare con la loro fantasia l'abilità indiscussa di artigiani bravissimi ed attentissimi, consapevoli proscrittori dell'opera dell'illustre Bodoni che aveva messo l'Italia in pole position per quanto riguardava la stampa.

Restano memorabili i capilettera realizzati da Giorgio Kienerk, pittore simbolista toscano per "La Riviera Ligure", uno dei primi esempi di house organ commerciale, nato come sostegno alla vendita di un prodotto e trasformatosi poi in autentico punto di riferimento della vita culturale, non solo ligure. Bei tempi.

Oggi, a tenere in piedi la tradizione secolare dei capilettera, rimangono i grafici, ma soprattutto gli artisti che si occupano di illustrazione. E negli ultimi decenni, con lo sviluppo esponenziale delle tecnologie di stampa, di riproduzione e di elaborazione dell'immagine, la loro attività ha ricevuto un notevole impulso, specialmente nella letteratura per l'infanzia, laddove si sente ancora il giusto bisogno di coniugare testo ed immagine, e magari di fonderli in un unico linguaggio che parli all'intero cervello.

E' noto, infatti, che decodifichiamo il testo con l'emisfero sinistro ed invece le immagini risuonano nella parte destra.

In questo modo, il "testo dipinto" non si propone solo come ricerca estetica o necessità di abbellire o alleggerire la lettura di una fiaba, di un racconto, di una poesia, ma anche come stimolo al dialogo e alla cooperazione dell'emisfero cerebrale 'eidetico e sensuale' e di quello "logico e razionale". Possiamo quindi affermare felicemente che la tradizione non è morta, che ancora oggi, seppure con

tecniche e procedure che cambiano continuamente, l'antico sforzo degli amanuensi trova ancora prosecutori attenti e abili, lettori ed osservatori fedeli ed entusiasti e perfino cultori, estimatori e collezionisti.

LA COLLA DEL SECOLO (2004)

Da quasi ottant'anni

lo storico barattolino di alluminio campeggia negli scaffali degli uffici e nei banchi di scuola.

La lunga vita di un prodotto che è diventato un cult.

Ci sono prodotti e marchi che entrano a far parte della nostra vita in maniera così profonda, così intima, che si crea con essi un rapporto di familiarità, addirittura affettivo. Non si tratta solo di "customer fidelity", della tanto agognata fidelizzazione degli utilizzatori che oggi le aziende tentano di raggiungere con accurate strategie di marketing. A volte, il legame con il prodotto è qualche cosa che sfocia nella fiaba, nel ricordo, nel fascino indistinto e dolce dell'infanzia. E' il caso della Coccoina.

Un'icona italiana

Chi può dire di non averne mai assaporato l'aroma? Chi può affermare che l'intramontabile barattolino metallico non risvegli in noi dolci (e meno dolci) ricordi scolastici, che sanno di astucci di cuoio, di matite dai legni aromatici, di banane annerite nella cartella, ma soprattutto dell'inconfondibile profumo di mandorla? Non c'è dubbio. La Coccoina, al pari dei Baci Perugina, della Nutella, della Vespa, del Borotalco, è qualche cosa di più di un prodotto: è un parente inanimato, un elemento del panorama familiare, forse si potrebbe dire perfino un piccolo pezzo di storia italiana.

A volte, il destino di questi marchi storici è stato turbolento: assorbiti da aziende più grandi, modificati nel design, nei materiali della confezione, essi sono sopravvissuti cambiando, adattandosi alle esigenze del mercato. La Coccoina, no.

Questa intramontabile protagonista della cancelleria italiana continua ad essere prodotta dalla stessa azienda, con la stessa formulazione, con la stessa confezione con cui vide la luce nel 1927.

longevità

Quantunque si trattasse di un'ottima formulazione, di un prodotto allora innovativo, neppure alla Balma, Capoduri & C. in quel lontano 1927, immaginavano l'enorme successo e la grande longevità che avrebbe avuto la mitica "colla bianca solida da ufficio".

Cambiamenti nel mercato, sconvolgimenti nella chimica, nei flussi commerciali. Sono cambiate le confezioni, i materiali, le formule, la distribuzione dei prodotti, ma la Coccoina è ancora lì, anzi, è lì più che mai, fedele a se stessa, realizzata oggi in un modernissimo stabilimento ultimato nel 2000, all'avanguardia per tecnologia e per rispetto dell'ambiente, venduta in oltre trenta paesi, imitabilissima, anche se inimitabile. Ma soprattutto formulata e prodotta con la stessa cura e con lo stesso rigore del passato.

Una azienda d'altri tempi,

cioè all'avanguardia

Un passato fatto di responsabilità, di ricerca della qualità, di sobrietà che si respira ancora negli storici uffici della Balma, Capoduri & C, rimasti nel cuore di Voghera, nella sede del vecchio stabilimento. Uffici in cui i computer alloggiano su scrittoi d'altri tempi; in cui le nuove tecnologie chiedono il permesso ad antichi schedari e classificatori, in cui il rampantismo selvaggio è sostituito dalla correttezza e dalla buona creanza, e tutto testimonia l'antica solidità dell'azienda. Una solidità che si fonda soprattutto sull'attenzione per la qualità; alcuni accorgimenti imposti oggi alle aziende per la certificazione di qualità, sono stati adottati dall'azienda già da decenni. Già negli anni cinquanta, a Voghera, ci si preoccupava della "non tossicità" dei prodotti. E a quel punto, la domanda è irrinunciabile. "Ma la Coccoina, si può mangiare?" Viene voglia di confessare proprio qui, nei locali che hanno visto nascere la colla più famosa della storia italiana, di averla qualche volta assaggiata. Di avere avuto molti compagni di scuola coccoinofagi.

"Sa quante direzioni didattiche, quanti medici ci hanno telefonato negli anni per essere rassicurati

su quest'argomento?" Alla domanda, i manager della Balma & Capoduri sorridono. "La Coccoina non è commestibile, ovviamente. Ma non abbiamo mai avuto notizia di inconvenienti, anche se raccomandiamo di non ingerirla". Chiarito finalmente un dubbio dell'infanzia, torniamo a parlare dell'intamontabile barattolo, con il pennellino sistemato al centro, in un cilindretto di alluminio, del marchio impresso a rilievo nel coperchio, di tutti quegli elementi così caratteristici che hanno portato l'azienda a targare con il marchio "Coccoina" altri oggetti di cancelleria, contribuendo così a rafforzare il marchio.

Invece di uscire di scena
è diventata un "cult"

Le rivoluzionarie colle in stick hanno cambiato le regole. Anche la Coccoina ha dovuto trovare una sua "versione sportiva", ma non è uscita di scena. La Coccoina in stick si chiama Lakol, ma la sua praticità non ha mandato in pensione l'antenata, che invece continua a troneggiare nel reparto cancelleria di uffici, studi, redazioni, ma soprattutto sui banchi di scuola, ancora oggi, anche se le Figurine Panini negli anni sono diventate autoadesive, privando i bambini di quel sottile piacere di incollare artigianalmente la collezione. Ancora oggi, anche se "stickers" e "trasferelli" hanno in parte ridotto il potenziale creativo della tecnica del collage. Ecologica, quindi, la Coccoina, non solo in termini chimici, ma anche per quello che riguarda i processi espressivi ed evolutivi dei bambini, che ritagliando e incollando sperimentano le meraviglie della gestalt, e recuperano un contatto con quel "fare materialmente e sperimentalmente" che piaceva tanto a Munari.

IDENTITÀ IN PRESTITO (2005)
nelle maschere la magia del cambiamento

Tutti sanno che, quando indossiamo una maschera, non siamo più riconoscibili. La maschera ci nasconde mostrando agli altri qualcosa di diverso da noi.

Eppure, il significato più profondo ed ancestrale della maschera non è soltanto quello di cambiare agli occhi degli altri, ma anche quello di modificare chi la indossa.

Attraverso la maschera noi ci trasfiguriamo, quindi non ci nascondiamo ma andiamo a rivelare un'altra identità, una parte di noi che giace nascosta, latente, e che si risveglia quando le forniamo l'occasione di emergere.

Ma per comprendere meglio le profonde radici simboliche di un oggetto che oggi è ritenuto molto spesso solo un simpatico protagonista delle feste, occorre fare un salto indietro di almeno 60.000 anni, perché già nel Paleolitico medio ci si colorava il corpo con l'ocra, e questo, in un certo senso, può essere ritenuto il primo mascheramento che ci è dato di conoscere.

E là, in quelle antiche caverne nei molti anni a venire si è consumato forse un oscuro cerimoniale: qualcuno, a scopo evocativo, o propiziatorio, si poneva come tramite con divinità, spiriti maligni, antenati, o animali... (le ipotesi e gli studi in questo senso non mancano) e svolgeva probabilmente un evento "protorituale" nel quale si possono intravedere le radici del rito religioso, del teatro, del gioco infantile e perfino dell'evento sportivo, come spiega molto bene G. Montinari nel suo saggio "L'agnello e la scure" Editore Franco Angeli.

Ed è proprio lì che nasce l'uso di mascherarsi: un comportamento che non abbandonerà mai, in nessuna epoca, il cammino umano.

Se poi pensiamo alla divisa come ad un'altra discendente di quell'antico rito, e quindi anch'essa, per certi versi, "maschera", allora siamo costretti ad ammettere che viviamo costantemente in un mondo di maschere.

Ma se vogliamo restare in tema, prima di arrivare a parlare di maschere come oggetto di divertimento, bisogna ancora fare un viaggio in Africa, oppure tra gli gli eschimesi, gli indiani Zuñi o le popolazioni melanesiane.

In molte aree africane, per esempio, le maschere sono tutt'ora in uso come rappresentanti degli antenati. E per molte tribù africane, gli antenati sono l'anello di congiunzione tra l'umano e il divino. Attorno al culto degli antenati ruota tutta la ritualità del mondo africano, perché rappresentano le forze ordinatrici del mondo.

Insomma, si fa presto a dire "maschera", ma se ci si sofferma sui molteplici impieghi antropologici

di questi oggetti, dotati di un così profondo valore simbolico, ci può anche prendere una vertigine, e si può scatenare la nostra fantasia.

Nella storia gli utilizzi spaziano: abbiamo maschere rituali, maschere teatrali, maschere per andare a caccia, in guerra, maschere propiziatorie, perfino maschere per defunti... verrebbe spontaneo pensare che per noi umani ogni occasione è buona per indossare una maschera.

Nella tragedia greca le maschere che agivano sul palcoscenico avevano anche un potere taumaturgico, un po' come la terapia di gruppo, o la partita, odierni riti sociali nei quali esorcizziamo le nostre paure.

Finalmente, nel Medioevo, epoca oscura e seria, l'uso del travestimento comincia ad assumere un significato divertente: durante il Carnevale medievale permetteva infatti di abbattere le barriere sociali della ricchezza e del rango: nel Carnevale i ricchi potevano lasciarsi andare alle sregolatezze vietate dal censo, e i poveri, travestiti, potevano accedere a luoghi di solito proibiti ed avvicinare persone inaccessibili. Sul carnevale l'Italia ha un'ampia gamma di tradizioni, e praticamente ogni città ha sviluppato un suo modo particolare "fare la festa" alle sue paure e ai suoi problemi.

Certo, il re incontastato del carnevale mediatico, all'uso moderno, rimane Rio de Janeiro, ma lì l'aspetto festaiolo, e negli ultimi anni anche commerciale, ha travolto le maschere, relegandole probabilmente nel più banale ruolo di "costume".

Diverso è il caso di Venezia, teatro di un'altro carnevale ultra-famoso, nel quale, invece, il gusto e la ricerca del mascheramento mantengono tutto il fascino settecentesco della "Bautta", la tipica tenuta veneziana che copre la faccia con una mascherina bianca e la testa con un tricorno nero e il corpo con un mantello

La Bautta non è mai troppo particolare o personalizzata, perché deve garantire l'anonimato. E in questa ricerca di nascondersi, in questa possibilità di essere chiunque altro, c'è nascosto - è proprio il caso di dirlo - un'altro aspetto affascinante e anche salvifico della maschera: il gioco del nascondersi stando alla luce del sole e del disvelarsi solo volontariamente.

E parlando di maschere, ovviamente non possiamo dimenticare un'altra tappa fondamentale della loro storia: verso la fine del XVI secolo, in Italia si diffuse la "Commedia dell'arte", che metteva in scena personaggi che ricomparivano in ogni commedia con lo stesso nome, lo stesso costume, lo stesso trucco o maschera, lo stesso linguaggio e soprattutto lo stesso carattere. Arlecchino, Pantalone, Colombina, Brighella, Pulcinella divennero così famosi in tutta Europa da costituire esempi paradigmatici di comportamento, fino a divenire vere e proprie antonomasie. ("quel dottor Balanzone" per definire un saccente, "Pantalone" per definir un avaro, ecc.)

Anche grazie a questa funzione emblematica l'impiego delle maschere oggi spazia perfino in ambito didattico e terapeutico, e il potenziale magico che scaturisce dal cambiare identità è sempre vivo.

In ambito scolastico e formativo, costruire maschere, indossarle, utilizzarle teatralmente o in altri momenti della vita sociale, di festa o di gioco, così come costruire ed utilizzare pupazzi e burattini ha una grande funzione liberatoria, di stimolo cognitivo.

A questo bisogna aggiungere che l'utilizzo di materiali e tecniche costruttive aiuta lo sviluppo della creatività, delle capacità manuali e stimola l'aggregazione e la vita di gruppo.

E se la maschera continua ad esercitare sui ragazzi e sui bambini un fascino indiscusso, indubbiamente questo avviene perché nel travestimento essi ricontattano qualche cosa di arcaico, ma anche perché molti eroi (e super-eroi) della letteratura per l'infanzia, dei cartoons e dei fumetti, ricorrono a mascheramenti di vario tipo.

Una lunga serie di personaggi di cui Zorro è uno dei più famosi ed attempati rappresentanti, e che arriva fino a Batman, ai "mitologici" super eroi della Marvel e poi ancora fino ai nipponici Ufo Robot, capostipiti di una nuova generazione di eroi mascherati, dove la maschera diviene strumento tecnologico per aumentare le potenzialità e le dimensioni del personaggio che la indossa, fino a diventare corpo indistruttibile, arma, astronave.

E qui scopriamo che anche quando la nostra civiltà sembra allontanarsi in modo macroscopico dal mondo fiabesco tradizionale, in realtà non fa che sviluppare in maniera abnorme ed estremamente marcata ed esplicita l'antico fondamento su cui nacquero le maschere primitive.

Purtroppo quando questa trasposizione è solo mass-mediologica e il sortilegio del mascheramento viene appreso solo attraverso giornali, tv o videogame, l'effetto può essere devastante: è successo negli Stati Uniti, che bambini travestiti si siano lanciati dalle finestre o abbiano compiuto altri atti spericolati, nella convinzione che il travestimento conferisse loro poteri eccezionali.

Eh sì, come tutte le cose “ad alto potenziale” le maschere possono avere anche qualche controindicazione: perché questo non avvenga, è necessario vigilare sul meccanismo di identificazione che scatta nei bambini durante il travestimento e saperlo orientare e indirizzare in modo che diventi strumento benevolo e propiziatorio e non invece “porta per gli spiriti maligni”.

Il nostro Carnevale mantiene proprio questa funzione liberatoria, la stessa che avevano i Saturnali di epoca romana, da cui la nostra festa probabilmente trae origine. I Saturnali si svolgevano dal 17 al 23 dicembre ed erano giornate di sfrenato divertimento in cui anche gli schiavi godevano della più ampia libertà ed i padroni imbandivano un banchetto anche per loro.

A far da contraltare al nostro carnevale che ha una colorazione gioiosa ed abbonda di colore, c'è la festa americana di Halloween, che da qualche anno si sta diffondendo anche da noi, come molte altre abitudini statunitensi.

Halloween è una festa macabra e grottesca, nella quale oggi abbondano teschi, streghe, mutanti e fantasmi. Una festa di cadaveri ambulanti, di zombie. Un ossimoro di festa, quindi, poiché colorata di morte, anche se oggi questo avviene in modo ironico e fantasioso.

Eppure anche Halloween pesca nell'antichità, nel profondo; ed ha una sua ben motivata ragione d'essere, se si pensa che deriva da un'antica festa druidica, cioè una festa religiosa degli antichi popoli del nord Europa.

Halloween coincide con l'arrivo dell'inverno, e quindi con l'arrivo della notte, del freddo, e di tutte quelle forze “di morte” che si contrappongono alla gioia vitale dell'estate. Logico, quindi, che si cercasse di farsi amiche quelle forze, e le divinità ad esse associate. Così, quando oggi i bambini del Wisconsin o del Connecticut vanno di casa in casa, travestiti da mostri, offrendo ad ognuno la scelta: “dolcetto o scherzetto?”, quei bambini rappresentano un po' quelle antiche forze, anche se per molti di loro probabilmente è solo un modo per rimpinzarsi di dolciumi.

Ma le maschere lavorano anche quando noi non ne siamo consapevoli. E così quei bambini, incarnando essi stessi gli oggetti delle loro paure, dialogano con loro e le esorcizzano, proprio come facevano probabilmente gli antichi sciamani di molte culture, comprese quelle amerinde.

Verrebbe da dire che quando si indossa una maschera bisognerebbe farlo con cautela, consapevolmente.

Forse è esagerato, ma indubbiamente, il senso profondo di un'azione tutto sommato molto facile e istintiva, qual'è quella di mascherarsi, (magari anche solo con due baffetti fatti con un tappo bruciacchiato) ha stimolato non soltanto dotte interpretazioni antropologiche, ma anche (e soprattutto) interessantissimi percorsi didattici, chiavi di volta per affrontare e sciogliere problemi relazionali, per aiutare la comunicazione e l'emergere dei talenti nelle personalità più complesse o più compresse.

UN'ESTETICA DELL'INFANZIA (2005)

La collezione Capuano a Napoli

Fu un bambolotto americano, una specie di Ken ante litteram, a far capire a Vincenzo Capuano che esistevano giocattoli straordinari, molto più belli di quelli che si potevano comprare nei negozi sotto casa. Lo trovò sotto l'albero, nel Natale del 1965. Era stato acquistato dal padre, di contabbando, nel porto di Napoli. Vincenzo aveva solo tre anni, ma decise che quel giocattolo doveva essere conservato.

Cominciò così una delle più importanti collezioni di giocattoli d'Italia. Oggi quel pezzo è uno dei più recenti, perché la collezione comprende pezzi settecenteschi e ottocenteschi, e i primi anni '60 delimitano cronologicamente una raccolta straordinaria, portata avanti con passione, cultura e divertimento.

Capuano è un interlocutore raffinato, dalla simpatia sobria e dalla cortesia discreta, doti che si squadermano piano piano durante il dialogo, proprio come i giocattoli che si scoprono progressivamente nelle bacheche e negli scaffali della sua abitazione nel cuore di Napoli. Una casa che è un vivace viaggio nell'immaginario antico, dove atmosfere, ticchettii, automatismi e musiche risvegliano un passato che qui appare vivo e vegeto, con tutto il suo potenziale evocativo. E' proprio questo, il motore della collezione: la ricerca di un'infanzia come luogo dell'immaginario, dell'onirico, del fantastico, talvolta dolce e rassicurante, talvolta inquietante e grottesco come solo le fantasie infantili sanno essere. Qui si declina l'obiettivo del collezionista Capuano, che è il desiderio di affermare il diritto/dovere della fantasia e della bellezza.

Ci accoglie una grande bambola del settecento, dallo sguardo languido, abbigliata con sete antiche e orecchini di filigrana e vetro soffiato. Ci riporta a giochi e fantasie introvabili nei giocattoli odierni, ricchi di funzionalità e accessori, fatti per guidare strumentalmente il bambino verso attività pre-definite.

L'estetica "forte" dei giocattoli antichi sembra invece fatta apposta per aprire porte sull'interiorità, indirizzando il gioco soprattutto verso la vita interiore. Scoprire a mano a mano questi vecchi e fascinosi reperti è davvero una scoperta di pezzi di inconscio che emergono, guidati dai brevi e intensi commenti del padrone di casa, dove l'estrema competenza traspare appena, dietro a un fraseggio preciso, interessante e variopinto.

Se non fosse un nonsenso, si potrebbe dire che da quindici anni la passione di Capuano è diventata una cosa seria. In realtà il gusto del divertimento e del gioco sono intatti, ma la ricerca e le capacità di selezione si sono specializzate, si sono affinate, senza diventare saccenti o didascaliche. Lo si vede chiaramente nell'ironia delle sue considerazioni antropologiche, nella gioia storiografica delle sue ricerche, nella divertita specializzazione delle sue catalogazioni.

La ricerca comincia con le frequentazioni di Zanzibar, il famoso negozio-emporio gestito da Paolo Longo, cuore pulsante del collezionismo napoletano, proprio a due passi dall'Istituto Orientale. Poi prosegue con ricerche informatiche ma soprattutto con viaggi all'estero, che sono anche il pretesto per costruire una rete di conoscenze e talvolta di amicizie in tutto il mondo: dalla collezionista svedese di Barbie che abita in una casetta al centro di una foresta, ai collezionisti newyorkesi che inseguono i simboli degli anni '40, '50 e '60, ai tedeschi che ricercano gli storici orsetti della Steiff, oppure i teutonici giocattoli di latta firmati Gunthermann o Lehmann: giostre, pagliacci e automi (a carica o a trascinamento) che oggi sono autentici pezzi da museo, come per esempio il celeberrimo Gustav, il contadino che scala un albero della cuccagna e ne ridiscende con un sacco di farina sul capo.

Veniamo così a scoprire che come nella moda, anche nel mondo dei giocattoli ci sono delle autentiche "maison" passate alla storia, come le ditte francesi Jeaumue e Bru, produttrici di bambole che oggi hanno quotazioni intorno ai 25-30.000 euro.

Analoghe quotazioni possono avere alcuni orsetti della Steiff, che l'azienda produceva su ordinazione, e che oggi hanno un vero e proprio pedigree, avendo assunto il nome e la casata del proprietario. La collezione Capuano ospita l'orsetto Girolamo Di Scola che il barone Di Scola spedì nel 1905 al figlio in Calabria.

L'Italia non ha un ruolo secondario nella storia dei giocattoli e la collezione ha un'ampia raccolta di straordinari manufatti, tra cui troneggiano quelli della ditta Lenci, produttrice del famoso Panno Lenci. Non molti sanno che la famiglia che fondò l'azienda a Torino si chiamava Scavini, e che Lenci è un acronimo: Ludus Est Noster Costanter Industria.

Tra i pezzi più amati da Capuano c'è proprio un Pinocchio Lenci del 1940, e un discreto numero di strepitose bamboline dal visetto imbronciato. La Lenci produceva bambole di ceramica da boudoir, ma negli anni '30 creò la "Serie 300": una collezione di bambole realizzate con lo storico panno, di varie nazionalità: olandesini, cinesini, cosacchi, con i lineamenti dipinti sul tessuto. E per dipingere i tratti somatici si rivolse anche ad artisti famosi: un visetto dipinto da Dudovich oggi può costare qualche migliaio di euro.

Nell'ambiente dei collezionisti è famosissima la maschietta Lenci, con capelli corti e sigaretta: una specie di Marelene Dietrich o di Betty Boop in miniatura, dal fascino ambiguo e misterioso.

Altri pezzi forti della giocattoleria italiana sono i giocattoli Ingap, o i celebri Cardini: tredici modelli in tutto. Si tratta di giocattoli di latta con scatole preziose che costituiscono l'ambiente in cui collocare il gioco, come l'areoplanino che gira intorno al mondo e la cui scatola rappresenta l'hangar del velivolo, o la cucina con perfette riproduzioni di tegami e stoviglie, in cui la scatola è la stanza in cui la cucina è collocata, o ancora la giostra di cavallini, ognuno con un proprio nome e una propria fisionomia, collocata in una scatola-giardino.

Tra Francia, Germania e Italia si articola una gran parte dei percorsi ludici del tempo passato raccolti nella collezione. Qui riusciamo a immaginare i nostri nonni e i nostri bisnonni piccini, intenti a cuocere immaginarie minestre, accudire eleganti figliole, governare cavallini e carrozze. Perché, come sottolinea la nostra guida, il giocattolo è comunque sempre prodotto dagli adulti per i bambini, e quindi tende ad essere in qualche modo educativo e proprio per questo rivelatore di atteggiamenti sociali, di relazioni interpersonali, di modelli comportamentali. E noi europei siamo tra i più titolati depositari di questa tradizione, perché fino agli anni cinquanta fu l'Europa la patria del giocat-

tolo occidentale. Al vecchio continente spettano quasi tutte le invenzioni e i primati, compresa l'invenzione di Barbie, che erroneamente si crede americana. Bild Lilly, infatti, nacque nel 1954 in Germania come strip sul periodico Bild. Ne fu fatta una bambola "adulta", dalle fattezze procaci, di cui la Mattel comprò i diritti. Nel 1959 la riprodusse con polimeri di migliore qualità dando vita all'intramontabile fenomeno che tutti conosciamo, oggetto di collezionismi anche monografici, dove una semplice veletta, una borsetta o un copricapo dei primordi possono assumere oggi valutazioni da capogiro.

Infatti da ormai diversi anni il collezionismo di giocattoli si è affermato solidamente, e vede crescere i suoi adepti, come testimoniano gli happening di Novegno, i più importanti incontri italiani di collezionisti, che si svolgono a giugno e a novembre, o le fiere di Cremona e di Canneto sull'Oglio, espressamente dedicate alle bambole. Da registrare anche la presenza di alcuni musei di giocattoli, tutti di ispirazione privata, come quelli di Milano, di Palermo (Museo di antropologia dei mestieri e del giocattolo), di Zagarolo, di Canneto sull'Oglio e quello di Perugia, dedicato esclusivamente ai soldatini di piombo.

Intorno alla Collezione Capuano si è da qualche tempo costituita l'associazione "Il tamburo di latta" e la collezione ha suscitato anche l'attenzione delle istituzioni napoletane. L'associazione è impegnata per la realizzazione di una esposizione permanente, anche se l'esposizione non è l'obiettivo primario di Capuano, più che mai intenzionato a non cristallizzare queste memorie, ma anzi a renderle sempre più vive, mantenendone intatto il potere vivificante con progetti e iniziative culturali legate al gioco, allo scambio e al restauro.

