

## Little matter, much thought

Alla fine del XIII secolo un'aria nuova percorre la Penisola e scuote le coscienze, un comune sentire fatto di misticità diversa rispetto all'oscura religiosità precedente, di aggiornamenti tecnologici nell'agricoltura e nelle costruzioni, di nuove sensibilità e capacità artistiche leggere e fluenti. In quell'epoca, considerata l'alba del Rinascimento Italiano che avrebbe segnato l'arte, la scienza e il pensiero del mondo fino ad oggi, nasce con Angiolo di Bondone detto Giotto<sup>1</sup> la figura attuale dell'artistar (e dell'archistar) come oggi lo conosciamo e lo frequentiamo. Architetto, configuratore di interni, pittore, affrescatore di cicli epici, con cantieri in tutto il mondo conosciuto (di allora), fiduciario dei migliori committenti dell'epoca, corteggiato dalla pubblicistica (dal Decameron alla Divina Commedia, alle "Vite" del Vasari). Per la sua fama universale, frutto anche dell'abile strategia relazionale, Giotto lavora per papi, principi e ricchi borghesi, tra Roma, Napoli, Avignone, Padova e nella sua Firenze dirige tutti i lavori della città compreso il Duomo.

Uno scenario professionale simile a quello degli ultimi anni in cui lavorano molto le grandi company di progettazione e gli architetti di successo impegnati in tutto il pianeta perché attirati da commesse milionarie, ma distratti e svogliati rispetto alle autentiche innovazioni. Però, diversamente da oggi, la sua cifra internazionale comunque fondava su una indiscutibile capacità operativa e sulla profonda conoscenza del mestiere.

Il geniale modellatore di forme morbide ed espressive era anche un tecnico notevolissimo che Hegel individuò come colui che *mutò la maniera di preparare i colori fino ad allora usata e mutò il concetto e le direttive della rappresentazione pittorica*. Un uomo più vicino a Vanvitelli che a Zaha Hadid, prossimo a Castiglioni e a Magistretti piuttosto che a Stark. In questo senso molto distante dal tipo di manager-architetto contemporaneo, dall'astuto progettista occidentale, frequentatore di palcoscenici e di concorsi internazionali con progetti strabilianti, alla cui pratica realizzazione devono poi provvedere stuoli di ingegneri affaticati su cantieri improbabili e con budget inarrivabili.

In effetti da migliaia di anni, e fino a qualche decennio fa, l'attività inventiva era stata un'armonica contribuzione di abilità manuali e di apporti esperienziali, confluenti nel disegno e nel cantiere, di un tecnico-intellettuale che, nell'esprimersi, interpretava le finalità e lo spirito di una intera comunità e non prevaricava tutti imponendo il proprio logo-costruzione.

Quella che ci consegna la storia è una pratica professionale che certo deve aggiornarsi, ma che è un utile riferimento per architetti e designers, non solo perché il ruolo di *inventio* e *dispositio*, erano unificati nella stessa persona, ma anche perché l'opera realizzata diventa il simbolo di una collettività che vi si riconosce.

In confronto all'attuale condizione di marchi stilistici riproposti all'infinito e di specializzazione estrema, si intravede la necessità di un percorso più olistico e responsabile del progetto, e di una realizzazione, che superi l'osservanza dei Brief e delle norme, autoimponendosi principi regolatori relativi alla sostenibilità sociale dell'opera, che persegua la condivisione delle scelte. Insomma: meno Daniel Libeskind e più Giancarlo De Carlo, per continuare a essere una sintesi armonica tra la espressività responsabile del progettista, le esigenze (magari inesprese) della società, le disponibilità tecniche del territorio, la necessità di un corretto rapporto tra la spesa e i risultati nel tempo.

Questo modo di progettare è una "terra promessa" praticabile per i giovani professionisti, in cui sostenibilità ambientale, complessità e valenza sociale del progetto non siano offuscate dal gesto creativo rivolto solo alla "mirabilia formale", priva di riscontri *in corso d'opera* e impermeabile alle aspirazioni e alla cultura della comunità.

Se è vero che l'architetto ubiquo del terzo millennio interpreta con abili landmark le necessità dei committenti, ma forse, troppo coinvolto nel flusso della comunicazione globale, smarrisce il senso profondo del progetto, lo spirito del cantiere medievale, armonica corrispondenza di etica, tecnica ed estetica, può essere un riferimento per la prossima generazione di creativi responsabili?

Salvatore Cozzolino

1. "Visioni e Costruzioni, marketing del progetto da Assisi a Pechino", Alinea Editrice, 2007.