



ESTATE 2006 ~ NUMERO 10

# Itinerari d'impresa

*Management Diritto Formazione*

*Rubbettino*

# Itinerari d'impresa

*Management Diritto Formazione*

rivista trimestrale

anno 3 ~ numero 10 ~ estate 2006



## REDAZIONE

Ferrovie dello Stato

Direzione Generale di Gruppo per le Risorse Umane

piazza della Croce Rossa, 1 ~ 00161 Roma

telefono: +39 06 44103445 ~ fax: +39 06 44103412

email: [itineraridimpresa@ferroviedellostato.it](mailto:itineraridimpresa@ferroviedellostato.it)

## DIRETTORE EDITORIALE

Francesco Forlenza

## DIRETTORE SCIENTIFICO

Giulio Sapelli

## DIRETTORE RESPONSABILE E COORDINATORE EDITORIALE

Pasquale Alferj

## PROGETTO GRAFICO

Utinacci & Turano ~ [www.uet.it](http://www.uet.it)

## REGISTRAZIONE

Tribunale di Roma n. 224 del 25/05/2002

## RUBBETTINO EDITORE

viale Rosario Rubbettino, 10 ~ 88049 Soveria Mannelli (Catanzaro)

telefono: +39 0968 6664201 ~ fax: +39 0968 662055

[www.rubbettino.it](http://www.rubbettino.it) ~ email: [editore@rubbettino.it](mailto:editore@rubbettino.it)

# Sommario

Germano Maifreda	15	PRIMO PIANO <i>Consumi, impresa, società</i>
Carlo Moroni	27	PRATICHE E TEORIE <i>Soddisfatti, con giudizio</i>
Claudio Corduas ~ Giulio Sapelli	37	<i>Reificazione e managerialismo nell'impresa del nuovo secolo</i>
Antonio Laganà	55	LE CULTURE D'IMPRESA <i>L'esercizio della sicurezza</i>
Antonio Pilati	77	TEORIE E PRATICHE <i>Configurazione dei consumi nell'era digitale</i>
Paola Righetti	85	<i>Sani dentro, belli fuori. Il corpo postmoderno</i>
Pierre Eigler ~ Eric Langeard ~ Catherine Dageville	93	<i>La qualità dei servizi</i>
Giuliano Di Caro	111	<i>Lo schermo di Alice. Nevrosi mediatiche e consumi culturali</i>
Giacomo Costa	123	<i>Spunti per una teologia del consumo</i>
Claudia Sonino	141	LE VERITÀ PENULTIME <i>Con cuor leggero, e libero da ogni peso</i> <i>Colloquio con Carlo De Vito</i>
Volkan Aytar ~ Ayşe Çavdar ~ Jaklin Çelik	153	LETTERE <i>Lettera da Istanbul</i>
Nicoletta Ferro	165	<i>Lettera da Nuova Delhi</i>
Daniele Cologna	179	<i>Lettera da Milano</i>
Alessandro Casiccia ~ Armando Marchi	191	OPERE CONFRONTI ~ <i>Francesco Novara, Renato Rozzi, Roberta Garruccio,</i> <i>Uomini e lavoro alla Olivetti</i>
Germano Maifreda	207	SONDE ~ <i>Il dire del consumo. Un percorso di letture</i>
Vittoria Chierici	215	UNA STORIA PER IMMAGINI ~ <i>M-Maybe</i>

UNA STORIA PER IMMAGINI

## M-Maybe

(Roy Lichtenstein, 1965)

La *Pop Art* diventa l'arte americana per eccellenza agli inizi degli anni Sessanta, ma si preannuncia prima a Londra quando, a ridosso del patto di Varsavia, tra il 1954 e il 1957, alcuni architetti, pittori e intellettuali s'incontrano all'Institute of Contemporary Art (ICA) e si riuniscono col nome di *Independent Group*: Richard Hamilton ne è l'artefice, il critico Lawrence Alloway il padrino. Altri artisti, Edoardo Paolozzi, Peter Blake, Joe Tilson, Richard Smith, Patrick Caulfield, David Hockney, Derek Boshier, Peter Phillips, Allen Jones, iniziano alla fine degli anni Cinquanta a esporre in piccole gallerie londinesi, in spazi scolastici e altre istituzioni pubbliche.

Scrivono Richard Hamilton: «La *Pop Art* è popolare, effimera, ironica, ammiccante, sexy e giovane». In un'Europa non ancora del tutto assestata dopo i pesanti anni del dopoguerra, la nuova urbanizzazione e la sua nascente cultura costituiscono il soggetto della nuova arte.

Lawrence Alloway non ha dubbi: *Pop* è la cultura dei media, quando la cultura di massa diventa la terra promessa e i prodotti di consumo la nuova merce: belli anche da guardare.

È l'alba del boom economico, ma anche della guerra fredda e del suo progressivo scioglimento nella guerra del Vietnam: anni molto frenetici per l'arte americana. La *Pop Art* si consolida in un vero e proprio movimento e, quasi contemporaneamente, altri gruppi, tutti all'insegna del cambiamento, si pongono su linee a essa opposte o parallele: *Land Art*, *Performance*, *Anarchitettura*, *Minimalismo*, *Arte Concettuale*.

~ ~ ~

Nel 1955 muore Albert Einstein e l'anno successivo muore anche l'artista più rappresentativo dell'*Action Painting*, Jackson Pollock, che viene esposto a Londra, per la prima volta, proprio lo stesso anno. Sempre nel 1955, viene attribuito a Jean-Paul Sartre il Premio Nobel per la letteratura, che rifiuta, e nel 1960 esce *A bout de souffle* di Jean-Luc Godard, leader per acclamazione della *Nouvelle Vague* parigina.

Due anni dopo, sotto l'ala teorica dei francesi, anche alcuni artisti italiani, tra cui Piero Manzoni, sostengono le scelte teoriche di un movimento che nasce parallelo a quello della *Pop Art*: il *Nouveau Réalisme*. La prima esposizione avverrà pro-

VITTORIA CHERICI

*Artista visiva. Vive a New York e a Bologna. Espone in Italia e all'estero. Insegna Sistemi d'arte presso la cattedra di Arte e architettura al Politecnico di Milano (IDIM)*

prio a Milano nel 1961, organizzata dal critico Pierre Restany.

Anche gli artisti francesi, tra cui Arman, Spoerri, Tinguely, Yves Klein, Niki de San Phalle, fanno riferimento, come i colleghi inglesi e americani, al mondo urbano, alle immagini grafiche delle affiche e agli oggetti di consumo, ma con una diversa cultura alle spalle.

In Germania, due anni dopo, nel 1963, nasce *Fluxus*.

Alla base dei nuovi movimenti europei ci sono alcuni concetti rivoluzionari delle avanguardie storiche che vengono «riposti» in una cultura di tipo ideologico. Si presentano, in generale, come un'estetica morale.

Le avanguardie europee, *Dada* e *Surrealismo* in particolare, costituiscono per la nascente arte americana un continuo punto di riferimento, ma saranno lette in chiave poco ideologica. Il *Surrealismo* era già



alla base di alcune forme di astrattismo, mentre il movimento *Dada* diventa il tutore di tutte le forme di realismo. L'inglese Richard Hamilton, ritenuto il primo artista *Pop* della storia, farà le repliche delle opere perse di Marcel Duchamp, che nei dibattiti pubblici e nei salotti culturali sosterrà per un po' di anni la *Pop Art*, considerandola una forma di figurazione fredda dell'oggetto, non vincolata alla filosofia soggettiva degli espressionisti astratti. Un dibattito, questo, su due concetti antinomici quali vita e verità, che andrà avanti fino alla fine del Ventesimo secolo e che solo ora si sta sgretolando in un'infinita ma sfrangiata cultura delle possibilità.

~ ~ ~

All'inizio del Novecento molti artisti delle avanguardie europee da Marcel Duchamp a Piet Mondrian, Max Ernst, Hans Hoffman e Naum Gabo avevano giocato un ruolo sia educativo che mondano nella cultura americana e gli architetti europei emigrati negli USA rappresentavano, ancora negli anni Sessanta, la punta più innovativa dello *Stile Moderno* (è nel 1958 che Mies van der Rohe realizza a New York il Seagram Building). Negli anni della depressione, i dealer newyorkesi avevano acquisito, per così dire, gli strumenti - vedi l'acquisto della collezione cubista del francese Kahnweiler - per rafforzare il primato del mercato dell'arte d'oltreoceano.

Negli anni del *New Deal* di Theodor Delano Roosevelt, dopo il crack del 1929, gli artisti americani ricevettero il più serio sostegno governativo della storia di quel paese. Infatti, sopravvissero grazie a commissioni pubbliche che daranno poi vita a

incontri e discussioni, e creeranno un ambiente artistico-culturale che rimarrà fertile anche per le future generazioni.

~ ~ ~

La guerra fredda s'inasprisce con la costruzione del muro di Berlino e, nel 1962, esplose tra gli USA e l'Unione Sovietica la crisi di Cuba. La storia corre in fretta. Il presidente americano John Kennedy sarà ucciso a Dallas l'anno successivo, ma il percorso della cultura e dell'arte in particolare sarà frenetico e ricco della volontà di rinnovarsi continuamente.

Molti giovani americani che nascono nelle città USA sono figli di emigrati. La loro necessità è quella di riconoscersi nella giovane nazione anche attraverso l'arte e con una certa autonomia rispetto alle generazioni che avevano contato sulla protezione degli artisti europei sfuggiti alle due guerre. Il nuovo mondo si presentava ai loro occhi, ancora una volta, come un vasto territorio ricco di possibilità di sperimentazione e di mercato.

Negli anni Cinquanta e Sessanta, con il boom dell'astrattismo americano, *Espressionismo Astratto* e *Colorfield Painting*, il sostegno governativo per le arti servirà a difendere il concetto di libertà d'espressione dell'Occidente contro il dogmatico *Realismo socialista* della cultura sovietica. Di questa politica culturale, che rafforzava nel dopoguerra il modello culturale americano in Europa, proprio la *Pop Art* ne trarrà il maggior profitto.

L'arte *Pop* si sviluppa nella sua forma più radicale e sistematica a New York, meglio, a Manhattan. Qui, gli ampi loft delle aree ex industriali e dei quartieri popolari era-

no diventati, già dai tempi di Pollock e De Kooning, gli studi degli astrattisti favorendo una diversa percezione del gesto pittorico e della dimensione dell'opera, decidendo di fatto, con il sovradimensionamento delle forme, il distacco e l'autonomia dell'arte USA da quella europea.

Il terreno a New York è fertile per motivi più pragmatici. Città ponte con l'Europa, dimora della borghesia radicale, pioniera nel sostenere gli artisti d'avanguardia. *Dandy* era stato Marcel Duchamp all'inizio del Ventesimo secolo, *dandy* è Andy Warhol (per lui *Pop* è «amare le cose»; dirà anche «Sono stato influenzato da tutto. Ma questo è bene, questo è *Pop*»). *Viveur* dei salotti mondani, della borghesia colta e liberista (in entrambi, massima spersonalizzazione del procedimento artistico e quindi della stessa opera e massima «spettacolarizzazione» e mercificazione di ogni aspetto della loro vita).

Paradossalmente, come accade sempre nell'arte, il vero successo commerciale della *Pop Art* rimbalza in Europa, forse grazie anche a quella piattaforma di sostegno governativo che ormai da dieci anni nutrive la presenza del modello culturale americano nel mondo.

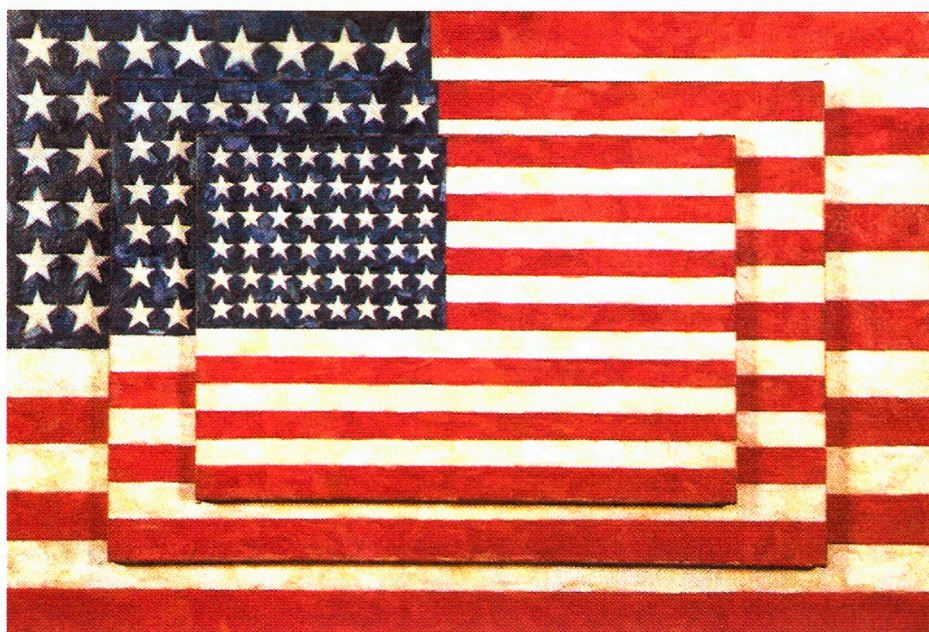
Dopo la Biennale di Venezia del 1964, sarà *Documenta 4* nel 1968 a Kassel in Germania ad aprire a collezioni di sole opere *Pop Art*, come quella dei mecenati Peter e Irene Ludwig.

Lo stile degli artisti *Pop* americani è grafico, dai colori saturi e piatti. Il disegno commerciale è alla base di gran parte del linguaggio *Pop*. Spesso nelle mostre antologiche i due gruppi, *Pop* e *New Dada* sono accorpati in un unico movimento come un prima e un dopo. In realtà sono due

cose diverse. Il passaggio da *New Dada* a *Pop Art* è stato segnato forse da Jasper Johns con due sue opere: la bandiera americana dipinta a encausto su tela, anzi su tre tele disposte una sopra l'altra e le due lattine in bronzo, riproduzione in scala di quelle vere.

L'artista *New Dada* per eccellenza è Robert Rauschenberg (classe 1925), considerato *Pop* per l'utilizzo di oggetti d'uso comune nei suoi assemblaggi su tela: uso a volte scanzonato, altre drammatico, di un *ready made* che sembra di matrice duchampiana ma che concettualmente è più vicino al *Dada* tedesco, ai *collage* di Hannah Hoch e di John Heartfield; che si pone ai confini del *Surrealismo*, soprattutto nelle prime opere, quando l'artista impasta in una griglia di materie informali ricordi di famiglia e oggetti di scarto di una cultura urbana brutale.

Qual è la differenza tra il *ready made* di Duchamp, l'oggetto ricostruito da Johns, quello riciclato di Rauschenberg e quello calligrafico della *Pop Art*? Ogni cambiamento di significato dell'oggetto non è percepibile come *Pop Art* a meno che non ne evidenzi la sua banalità. La ricchezza della *Pop Art* sta nella sua scarna poetica: non c'è molto spazio, come invece nei movimenti precedenti, per l'interpretazione. In più l'oggetto ha valore di per sé ed è di largo consumo. Non è provocatorio, come nel caso dell'orinatoio di Duchamp e neppure emblematico come la bandiera di Johns. È semplice nella sua più essenziale apparenza. Popolare è la lattina di Campbell's (cfr. le illustrazioni di pp. 190, 206, 214), popolare è la foto di Jackie Kennedy su un giornale, popolari sono le foto di un incidente stradale e della stanza con la sedia elettrica. Po-



polari sono anche una risma di dollari, il ritratto di Topolino e via dicendo. Tutti temi trattati da Andy Warhol, maestro per definizione della *Pop Art* e beniamino degli europei. Popolare è anche la caratterizzazione dell'artista che diventa una star, come accade nel mondo dello spettacolo. La bottega di Warhol, la *Factory*, rispecchiava questo ruolo: era un palcoscenico e un laboratorio; una casa di produzione delle forme sperimentali di tutte le arti. E, contestualmente, era il luogo dove il maestro e i suoi gregari esprimevano al meglio il dandismo e le sue manifestazioni più estreme.

C'era una sottile forma di trasgressione nella *Pop Art* e sicuramente la *Factory* di Warhol ne era il luogo d'incontro più noto. Cercava radici nella *Beat generation* di Kerouac e Burroughs, perché mirava a caricare la *Pop Art* di un significato criti-

co, nel momento in cui la guerra del Vietnam s'inaspriva rendendo la seconda metà degli anni Sessanta più difficile da difendere sotto le bandiere del consumismo.

La *Pop Art* più spettacolare e puramente d'oltreoceano è sicuramente quella di Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg e James Rosenquist. Le caratteristiche tecniche di questi pittori sono concettualmente simili e si basano sull'uso dell'ingrandimento e sul suo impatto visivo. È un concetto grafico più che fotografico, già utilizzato dall'espressionista astratto Franz Kline per ingrandire su tela un segno fatto a mano.

*Pop* diventa un particolare ingrandito, una figura piatta e dai colori saturi come nei tre primari del disegno a fumetti di Lichtenstein.

Oldenburg, scultore, ingrandisce su scala monumentale e per le piazze oggetti qual-



siasi: un *lip-stick* o un ago e un filo, come nel progetto per piazza Cadorna a Milano.

Rosenquist dipinge all'inizio affiche commerciali. Una cultura visiva comune a molti artisti pop americani che, a differenza dei loro colleghi britannici, non hanno una cultura visiva con un passato importante.

Rosenquist, sempre grazie all'ingrandimento, sovrappone le immagini commerciali in un caleidoscopico movimento dai colori e dalle forme trasparenti.

Anche in Warhol la novità è il *close-up*, ma il primo piano cinematografico si agiusta, sia nel ritratto che negli oggetti, in pose affini a un senso classico delle forme, nelle proporzioni dei volti e nelle camature degli inchiostri serigrafici.

Acuta questa sua osservazione: «Ho cominciato a serializzare le immagini perché m'intrigava il fatto che la ripetizione cambiava l'immagine stessa».

*Pop* diventa, a una lettura postuma, sempre di più un'icona astratta e non figurativa e solo in questo senso rappresenta una novità nel campo del realismo. Non c'è il modello da copiare o interpretare faticosamente. *Pop* non è la copia del vero. *Pop* è un segno: la copia grafica dell'oggetto e non la sua rappresentazione nello spazio.

Interpreti principali del *Pop* americano più radicale sono: Lichtenstein, Oldenburg, Warhol, Rosenquist, Indiana. Gli altri (Dine, d'Arcangelo, Rivers) hanno come riferimento, in parte, la *Pop* britannica che è più illustrativa.

Il *Pop* americano è un'arte moderna di sintesi, sia formalmente sia nei contenuti. Una volta si sarebbe detto: un'arte all'altezza della contemporaneità.

Nel 1966 espongono a New York il gruppo degli artisti che danno vita alla *Minimal*

*Art* e, l'anno successivo, nasce in Italia l'*Arte Povera*. Le idee cambiano e sono orientate dalla necessità, anche nell'arte, di un confronto politico e sociale.

La *Minimal Art*, al contrario della *Pop Art*, non riproduce, ma si autoproduce nella serialità. Esprime un concetto moderno, iconoclasta. È stato sintetico solo nei primi anni, poi è diventato mistico, tanto da diventare nel contempo uno stile e una religione. Il minimalismo è il frutto di una cultura in qualche modo legata al *Movimento Moderno* in architettura: l'etica come estetica.

L'*Arte Povera* è legata alle avanguardie storiche (ved. il suo simbolismo), ma più «arcaica», non rivoluzionaria (cioè non radicale), ma ideologica e moralista.

Scrivono Robert Indiana: «*Pop* è amore e per questo si accetta qualsiasi cosa. *Pop* è come buttare una bomba. È il sogno americano, ottimistico, generoso e *naive*».

~ ~ ~

Il 13 settembre del 1962 il Museum of Modern Art, il museo più all'avanguardia di Manhattan, organizza un simposio sulla *Pop Art*. All'epoca il MOMA aveva acquistato solo sei opere del nuovo genere che era ancora confinato in piccole gallerie sulla Decima Strada. Neppure il termine *Pop* era di largo uso, più frequenti i nomi come *New Dada*, *New Sign Painting*, *New American Dream*.

Il critico più entusiasta della nuova arte era il giovane curatore del MET Henry Geldzhaler. Dalla parte opposta, contrarissimo, il curatore del MOMA Peter Selz e, assieme a lui, critici, storici e letterati come Stanley Kunitz, Hilton Kramer, Dore

Ashton. Per loro la *Pop Art*, se mai avesse avuto un valore artistico, non era che una forma di rappresentazione legata a un modello esterno. Concetto non certo moderno e contrario alle idee di rottura e di azzeramento delle avanguardie europee. All'arte moderna è preclusa, secondo questi critici, la rappresentazione del reale e la *Pop Art* non sembrava diversa da una immagine pubblicitaria e mancava di spirito rivoluzionario. Nel dibattito si fece riferimento, in particolare, al saggio *Avant garde e Kitsch* del 1939 di Clement Greenberg, critico e fautore del gruppo dell'Ac-

*tion Painting*, difensore di un'arte depurata da qualsiasi riferimento esterno (*art for art's sake*). Greenberg parte dal fatto che l'arte non è più rappresentazione. Quindi ciò che è rappresentazione è kitsch o descrittivo. Ed è quello che sostengono gli astrattisti.

*Pop* sta per popolare: è un termine gergale, non un concetto. È come *Dada*: non vuol dire niente, è solo un segnale.

Oggi, che la cultura di massa si è «singolarizzata» (tutti la criticano e pensano di non esserne influenzati), non si fanno più dibattiti.

#### CREDITI FOTOGRAFICI

*Bancale Tide in un supermercato*, p. 24 (1996); *Campbell's Soup*, p. 190 (pubblicità 1969), *Campbell's Soup*, p. 214 (pubblicità 1965); *Jean-Luc Godard*, p. 188, particolare (1965); *Richard Hamilton*, p. 74 (1956), p. 92 (1967-1968), p. 178 (1958-1971); *David Hockney*, p. 144 (1961); *Jaspers Johns*, p. 54 (1955), p. 219 (1958); *Roy Lichtenstein*, p. 216 (1965); *Eduardo Paolozzi*, p. 26 (1948), p. 76 (1947); *Mel Ramos*, p. 152 (1962); *Robert Rauschenberg*, p. 14 (1980), p. 110 (1995), p. 140 (1964); *James Rosenquist*, p. 84 (1964); *Georg Segal*, p. 122 (1964-1965); *Andy Warhol*, p. 206 (1988).

Le foto a pp. 158 e 162-163 sono di Volkan Aytar.