

MODERN STORIES



Rimadesio

MODERN STORIES

Rimadesio

BACK TO

MODERNITY

Modernity is a fascinating word: try saying it out loud, or letting it roll around your mouth. Modernity seduces and gratifies the senses; it always conveys a sense of tangible well-being. It reminds us that we live our time with enthusiasm, but also that we can surpass it—as lead actors. In fact, “modern” stands in direct opposition to antiquated and old. Bringing with it a sense of youthfulness of ideas and outcomes, its purpose is to see beyond the familiar horizon. It maintains a constant positive sensation. Yet, for this very reason, it is not a word to use lightly. Hardly a cure-all, it brokers no fakes: it is no use pretending to be modern or innovative. Either you are or you aren't.

Modernity is not a word, it is an attitude, an outlook. Modernity is a project of great breadth and lengthy unfolding: a collective and individual transformation that materializes as it takes place. There are therefore no marked trails, only experiments to try and paths to follow with a growing (collective and individual) consciousness, and with the new demands that the era places on designers and on the fabricators charged with the task of making them reality. Modernity is culture. It is a tool for knowing and living that continually interrogates our way of being.

Modernity expresses itself through a rainbow of iridescent ideas: ideas that reveal the fallacy of the doomsayers (ever ready to predict catastrophes) and identify paths that went awry, nudging them in the right direction. To bring this concept into the design world, if we consider it no longer sustainable to plan and produce according to old models, materials, and principles—to use oft-maligned plastic as an example—we should not demonize techniques and products that, as with plastic on an industrial scale, enabled large swaths of the population to finally gain access to prosperity and ease: one of the 20th century's definitive legacies.

Three themes guide us in the following pages: the history of modernity as a concept (in Italy in particular), its specific manifestation in the design world, and a glimpse of the future that awaits us. Giuseppe Lupo, Deyan Sudjic, and Maria Cristina Didero, undisputed experts in the field, share what it means to think about these notions from their own perspective, drawing up a map of meaning to guide our awareness.

If terms such as well-being, innovation, sustainability, but also confusion, misunderstanding, turning point, and change of course make their way into these essays, they are evidence of the critical spirit that the concept demands: the very zest of the conversation.

For everyone who manufactures, buys, uses, and lives design (and not only design), the artifacts of this transformation provide a new opportunity to reinterpret roles and destinies. For these individuals the word modernity should not seem unfitting.

Because modernization is not only made by speculating on the future, but also from memory and passion. It is grounded in respect for things that are well-made, with quality and love of craft, which are timeless values. In the enduring attention to details. In mindfully surrounding ourselves with objects that speak to our identity, or rather, that make it manifest.

In short, to be modern, to be “of our time,” has never been a matter of owning the latest tech gadgets. It is not smugly reaping the rewards of scientific discoveries that up until a few decades ago were unimaginable. It is not being (falsely) social merely because of fashion's dictates. Being modern is having an attitude of understanding and empathy with what is around us, with what we need to belong in a context: our own. The new ways of living that will certainly emerge are the great opportunity awaiting those who reckon with the aspects of today's social and cultural experience that demand different solutions for new problems and innovative solutions for those that resurface.

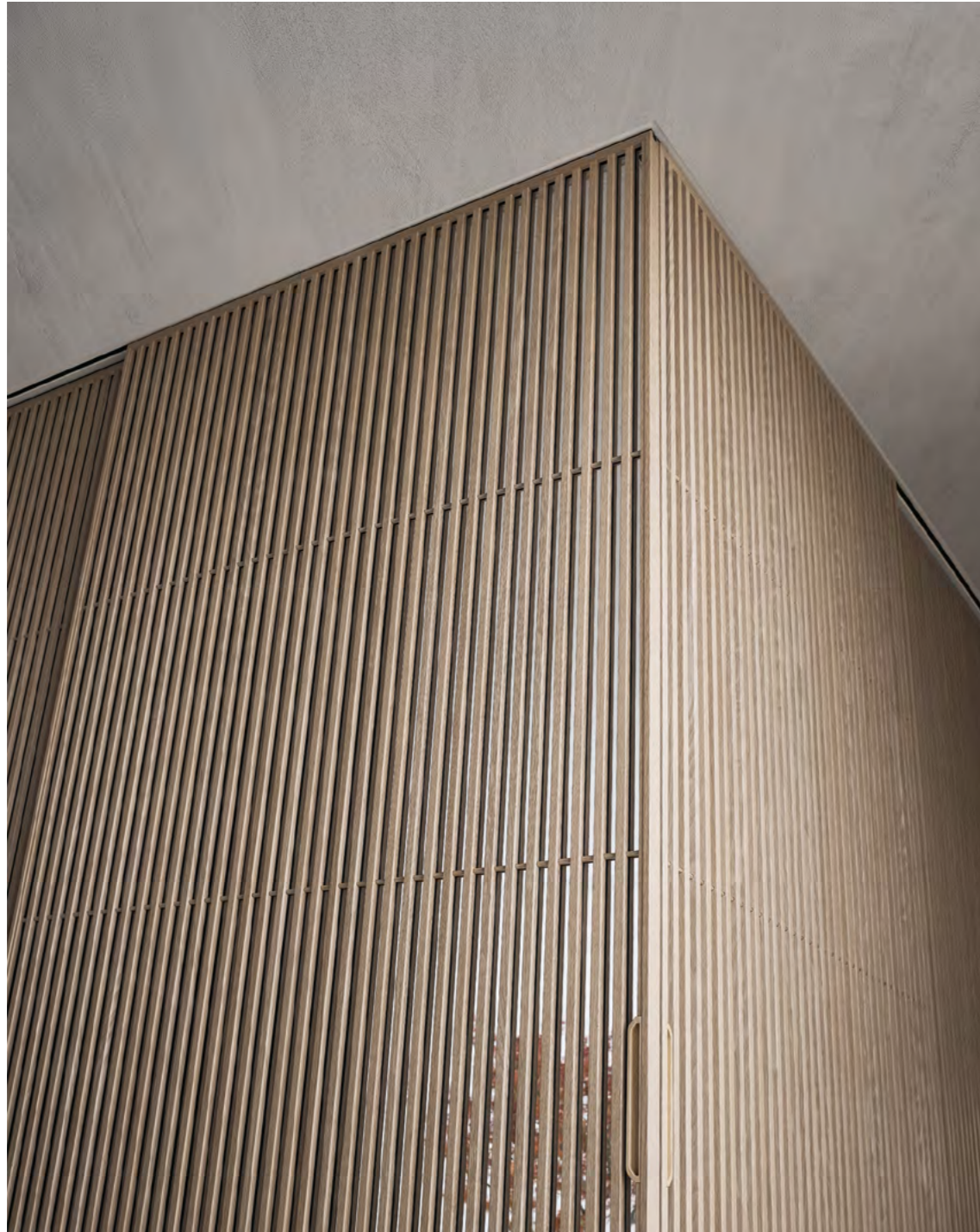
The great philosopher Zygmunt Bauman wrote in *Liquid Modernity*: “one feels free in so far as the imagination is not greater than one's actual desires, while neither of the two reaches beyond the ability to act.” Imagination, actual, ability to act, desire: we navigate within this stream of words with the knowledge that yesterday's limits are today's realities, tomorrow's possibilities are our desire to design, tirelessly, a new vocabulary of words, things, and even people. These are the rites of a secular liturgy that speak to our spirit in surprising and authentic ways. Modernity is not a destination, it is the road just ahead of us.



THE WOODEN NEST







"BECAUSE MODERNIZATION IS NOT ONLY MADE BY SPECULATING ON THE FUTURE, BUT ALSO FROM MEMORY AND PASSION. IT IS GROUNDED IN RESPECT FOR THINGS THAT ARE WELL-MADE, WITH QUALITY AND LOVE OF CRAFT, WHICH ARE TIMELESS VALUES."

STEFANO SALIS



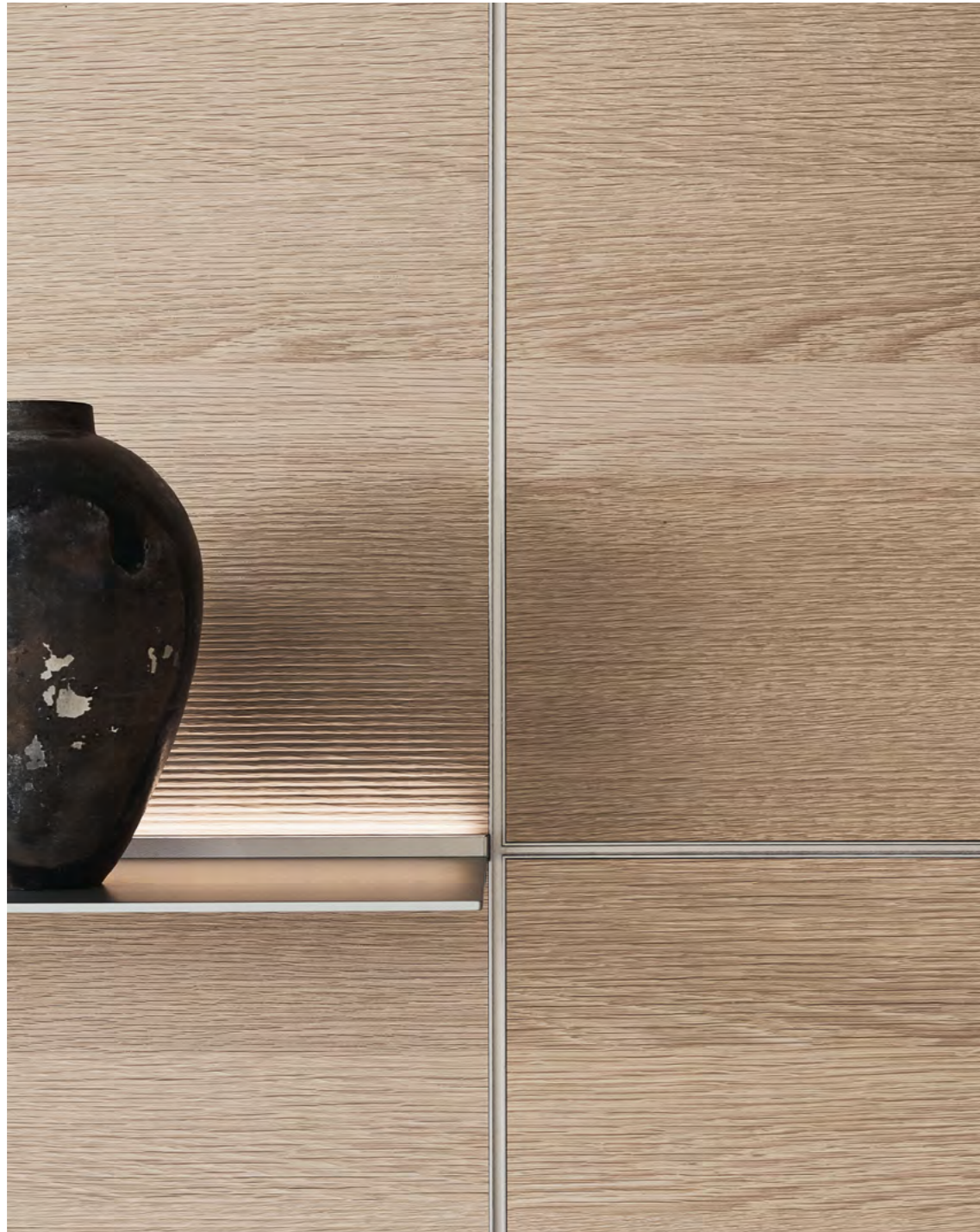


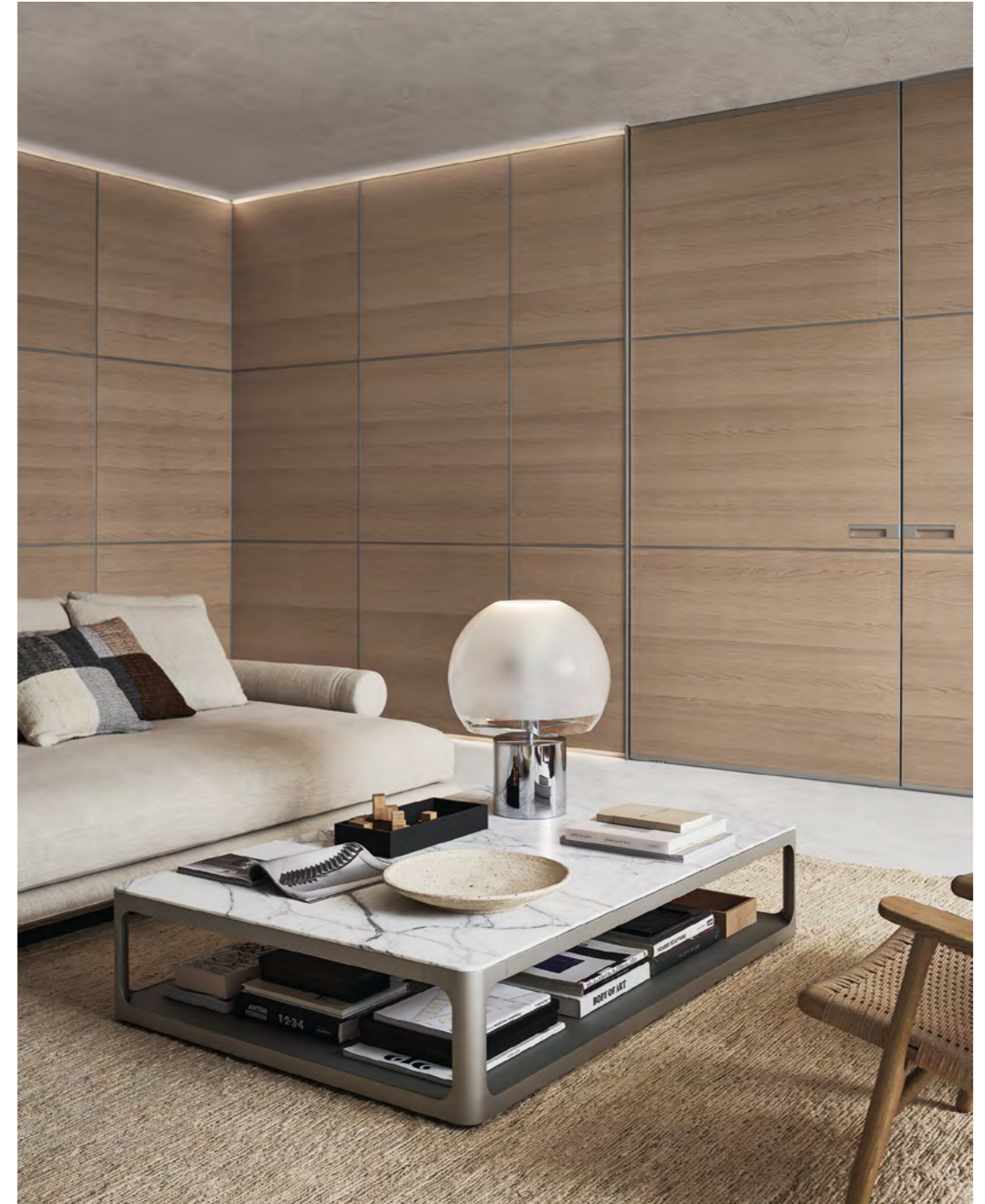
NATURAL CORE



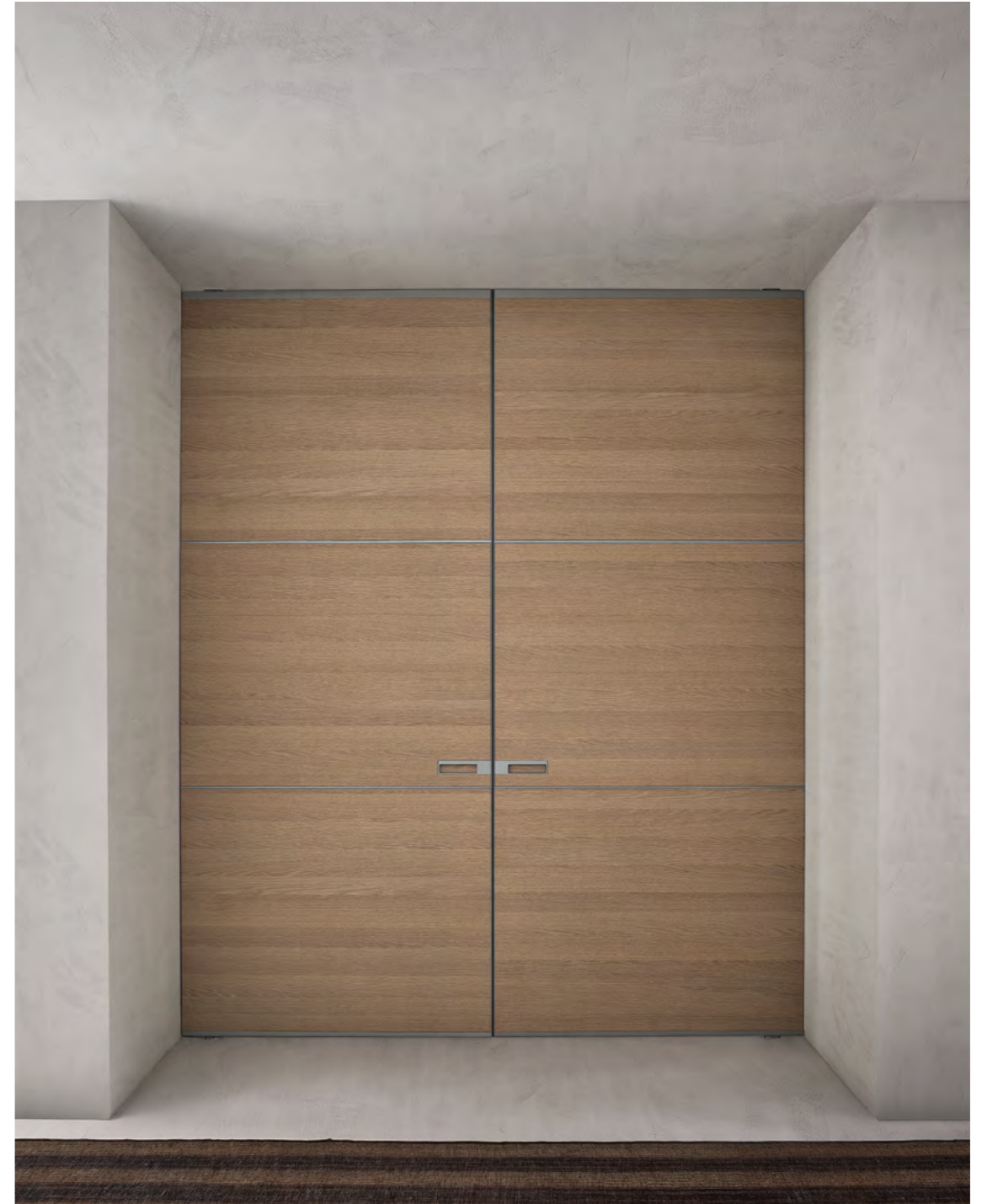












When we say the word modernity, today as in the past, our thoughts run straight to the economic and societal transformations that took place in the 1940s and 1950s, when Italy’s transition from an agricultural civilization to a civilization of machines chiseled on our country its industrial face. A development of epic proportions, it represented a rupture with the past. Economic impacts aside, this revolution marked a point of no return: reshaping standards for individual behavior, the anthropological fabric of families and social groups, and even the concept of urban and suburban landscapes.

In fact, no one today thinks of the 20th century independently of the ideological issues that arose with the advent of technology. What we call modernity are instead its repercussions, we measure the ripple effects that everyone could see with their eyes. Effects that became concrete through the proliferation of mass-produced objects: from home furnishings to electrical appliances, from cars to clothes. Heirs of an ancient craftsmanship, in the hands of the factories they were incentivized and enhanced through design, thus creating the unmistakable style now branded Made in Italy. In just over 15 years, Italy radically renewed its image in the world’s eyes. From a poor, defeated nation, the homeland of emigrants, it became the cradle of the good life, a school of refined elegance.

This groundbreaking evolution, while instigating the spread of consumerism and the consolidation of mass culture (two phenomena generally derided by the intelligentsia), serendipitously met the daily needs of a population that, up until the aftermath of WWII, was unfamiliar with the concept of stable wellbeing. Indeed, much of the nation’s citizens subsisted in precarious conditions, not to mention outright poverty. The expression “the 20th Century,” therefore, stands for industrial modernity, part and parcel with its far-reaching implications for politics, culture, and philosophical and economic discourse.

The swift consolidation at the technological level, inevitable and necessary for a country seeking to establish itself on the West’s playing field, was onerous. Additionally problematic was the reaction to change for ordinary citizens and the cultural elite alike. Both experienced a sense of unease and a deep rift with the old world, along with a general distrust of the new one. Thinkers and intellectuals sought to address these problems, recording their fluctuations. As such, for example, literary works dealing with these questions can be seen as the barometer of an anti-modern attitude. As opposed to a candid affirmation of modernity, this attitude is predominantly corrosive and severe in its judgments, having sunk its roots into the ideological substrate of a complicated century more dedicated to conflict between societal models than to dialogue and integration.

Herein lies a paradoxical contradiction. On the one hand stands the intellectual front, that has often wrongly interpreted industrialization’s consequences, construing them skeptically or negatively, as if the propagation of consumer goods were a strategic error or a kowtowing to capitalism’s logic. On the other hand is the average person—families of blue- and white-collar workers, the Italian lower and middle classes—to whom the factory with its products gave the opportunity to attain a higher standard of living, to feel part of something much larger than individual destiny. A breath of fresh air, that circled the world and filled everyone’s eyes with the future.







HEART OF GLASS





EVERYTHING IN ITS PLACE













A MATTER OF STYLE





"THE EXPRESSION *THE 20TH CENTURY*,
THEREFORE, STANDS FOR INDUSTRIAL MODERNITY,
PART AND PARCEL WITH ITS FAR-REACHING
IMPLICATIONS FOR POLITICS, CULTURE, AND
PHILOSOPHICAL AND ECONOMIC DISCOURSE."

GIUSEPPE LUPO











Andy Warhol pushed Modern Art into the history books to make way for the less ideological alternative of Contemporary Art in the 1960s. Modern Architecture was declared dead in 1972 by the post-modernist critic Charles Jencks. But despite the fun post-modernists had designing hotels for Disney shaped like giant swans, and using prefabricated concrete to build blocks of social housing in Paris suburbs that parodied the Roman Colosseum, we have found it impossible to let go of the idea of modernity.

At one level the moral crusade that modernism once represented has been replaced by a nostalgia for the certainty that 'modern' once represented. It is a nostalgia that can be seen in the fascination that a generation of hipsters have for brutalist architecture and mid-century modern furniture. You can see a reflection of that in the tribute Jony Ive's work for Apple paid to Dieter Rams consumer electronics at Braun, and the continuing importance of the work of the modernist pioneers from Jean Prouve to George Nelson have for the furniture industry. Its not hard to see the attraction of design that stands the test of time. There was something special about the work of both Rams, and of Charles and Ray Eames that has made it last. Look at the architecture of the Eames house in Santa Monica, made from off the shelf industrial components, that looks as fresh and new now as the day that it was completed in 1949, unlike the built-in obsolescence of the kitchen appliances, still in situ, that they had no choice but to use.

There is another less sentimental aspect of the appeal of modernity which is perhaps more significant. The social media explosion, and the universal adoption of the smartphone, delivered just 16 years ago by Steve Jobs, were initially portrayed as the next steps in the evolution of modernity. They have instead had the unintended consequence of contributing to pushing the world back toward a premodern condition. Twitter was promised to be about individual empowerment, but threatens to take us back to the Middle Ages with all its intolerance and the return of ancient superstitions about vaccines and prejudices against outsiders that have reappeared in a new age of unreason. We need to find new ways of using technology to restore some of the essential qualities and freedoms of modernity.

To be modern is not to choose one style over another. It is to find ways to put technology to work for people. It is to understand how society is changing. It is about research and evidence and reason and understanding. Terence Conran used to say that design is intelligence made visible.

Technology does not stay still. Modernity was once about cantilevered tubular steel chairs. Buckminster Fuller rightly mocked the Bauhaus modernists for worrying only about what they could see in their world, the design of taps and faucets and not engaging with the pipes and the engineers who supplied them with water. The British critic Reyner Banham even in the 1960s was predicting a future in which furniture disappeared altogether. To an important extent we are in a period when objects have dematerialised as he suggested that they would. We must look for new ways to be modern, as well as modern ways to find the comfort we have always looked for in our physical possessions and their way of reflecting our lives and our memories.







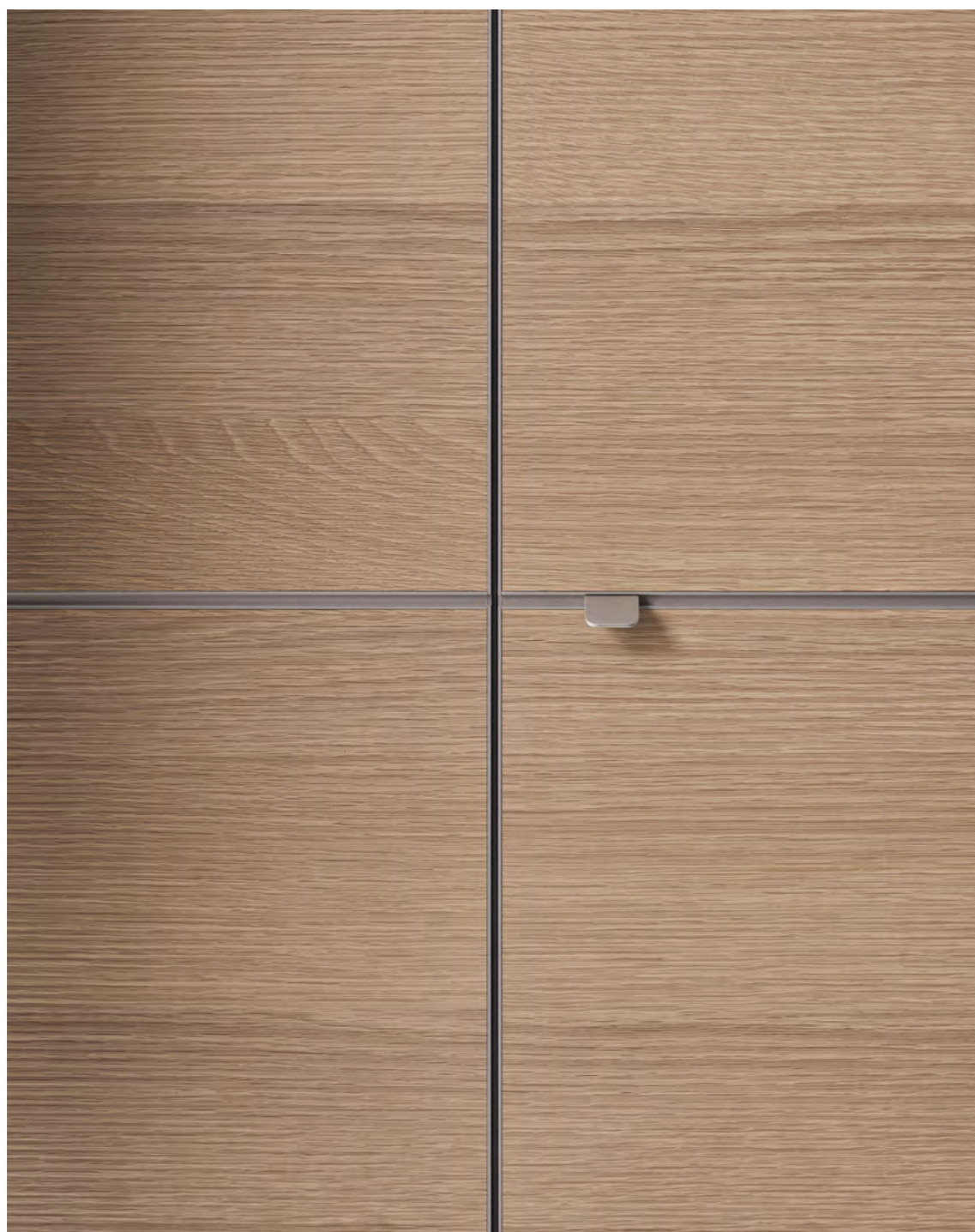
THE MAGIC BOX











SENSE OF PLACE







"TO BE MODERN IS NOT TO CHOOSE ONE STYLE
OVER ANOTHER. IT IS TO FIND WAYS TO PUT
TECHNOLOGY TO WORK FOR PEOPLE. IT IS TO
UNDERSTAND HOW SOCIETY IS CHANGING."

DEYAN SUDJIC





NOTHING TO HYDE







If we consider the concept of modernity according to its most contemporary interpretation, and the one most inclined toward the future, we can say without hesitating that today modernity is a synonym for sustainability. Sustainability is a synonym for sharing. And sharing means working together for a better world—for everyone.

A critical theme of our time, fundamental for determining our future actions, and at the heart of proposals seeking to raise the consciousness of manufacturers and consumers in the coming years, sustainability is the word on everyone's lips. Yet it seems that real interventions are few and our actions have minimal impact.

Not even the design world is untouched by these issues. Project, design, people's culture—none of these areas can evade the question: we must redefine a broader notion of meaning that permeates the entire system—manufacturing means and methods, aesthetic parameters, market demands, and a mindful consumerism. Of course, our perception of the value of an object designed today is already far removed from that of the past (when beauty and ornament were the dictates and conceptual value was limited primarily to aesthetic standards). However, the profound, conscientious knowledge that our planet—and we along with it—have a serious problem means that our evaluation of a product's goodness has changed dramatically. More responsible consumers are approaching the market: companies must be prepared to respond in kind.

The problem that companies, sooner or later, are having to confront is not only ethical. It's that in the design world today the public is making a real, concerted demand for products that respect certain criteria, capable of substantiating their quality and legitimizing their reason for being with special qualities: style, value, durability. It's a new sustainable modernity. And perhaps the time has come to say that companies have gotten the message. They now realize that the integrity of a product has a substantial impact also on its commercial success, on sales, on reputation, and on its ability to attract a conscientious public. The most enlightened and advanced entrepreneurs in the sector first grasped the need for a radical change, then internalized it. Not only in manufacturing, but in all their supply chain sectors. Every single process is subjected to scrutiny and a reformation that is not a façade: these processes are embedded in the companies' DNA. They are its present, often a continuation of the past, and certainly form the roots of a solid future. Remember, industry has not only adjusted to the market's demands; at times it has anticipated them—with careful foresight, it even dictates tastes and trends.

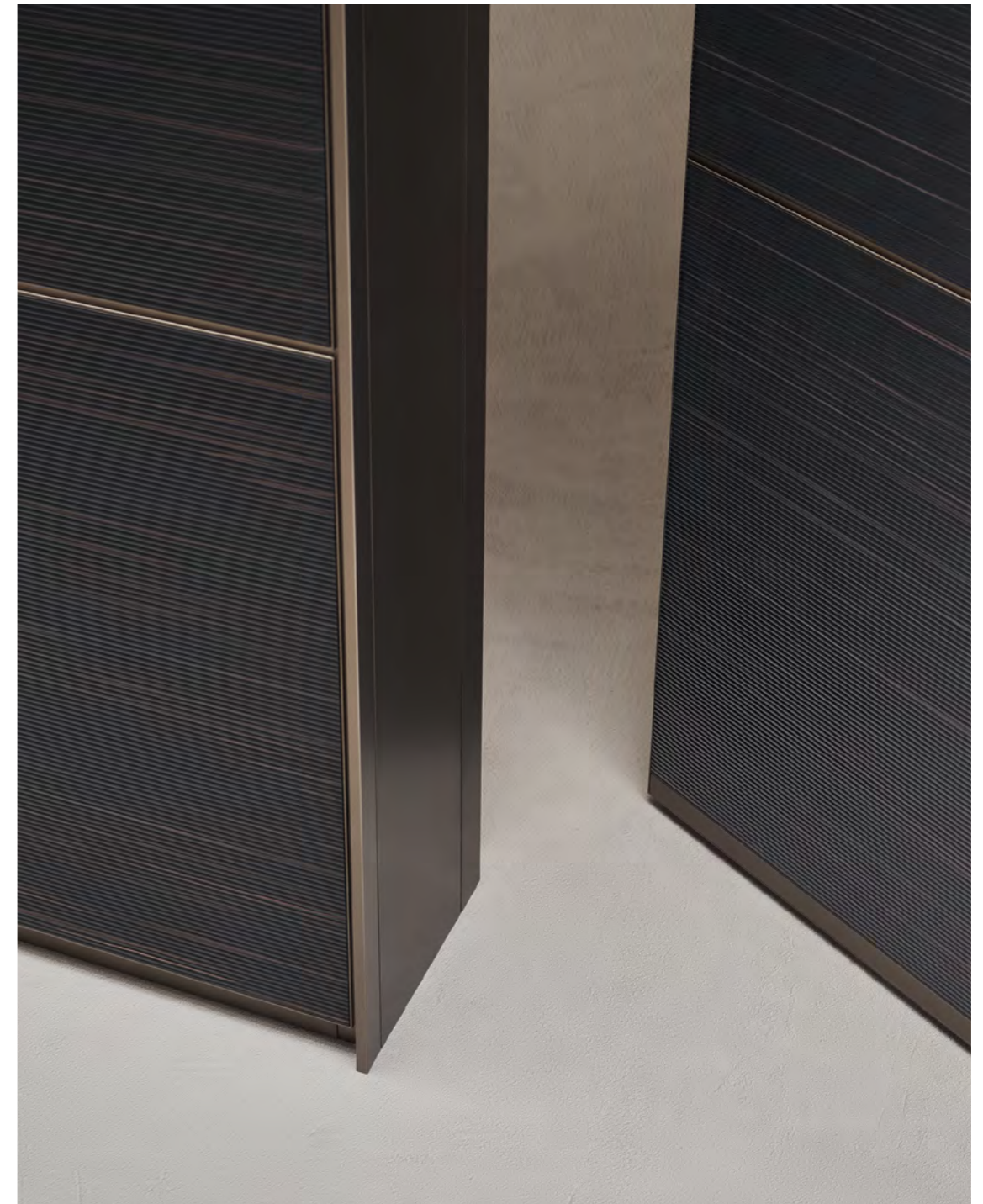
In the design sector, there are already numerous designers, architects, artists, and organizations working in this direction and who have followed this path from the very beginning of their career. Indeed, for some of them, this is the fundamental inspiration that defines their work. To plan, in fact, is a verb that is inherently future-thinking. And, therefore, we must do it in an increasingly responsible way. The designer and the design firm (a product's parents) are accountable for the myriad choices that define a product's trajectory and must evaluate how best to manufacture it. From the choice of materials to its overall economics, but also to "lifecycle thinking" that follows a product not just from cradle to grave but, ideally, cradle-to-cradle. Share and repurpose, reuse, rethink: this is what we need to do today. And then we must act, because there's no time left and, perhaps, we no longer have a choice. As Greta says, "The house is on fire," and we know it.





CLOSURE AND DISCLOSURE









LONG ISLAND table: structure 318 nickel grigio, glass top 402 grafite diamante



"WE CAN SAY WITHOUT HESITATING THAT TODAY
MODERNITY IS A SYNONYM FOR SUSTAINABILITY.
SUSTAINABILITY IS A SYNONYM FOR SHARING.
AND SHARING MEANS WORKING TOGETHER
FOR A BETTER WORLD FOR EVERYONE."

MARIA CRISTINA DIDERO

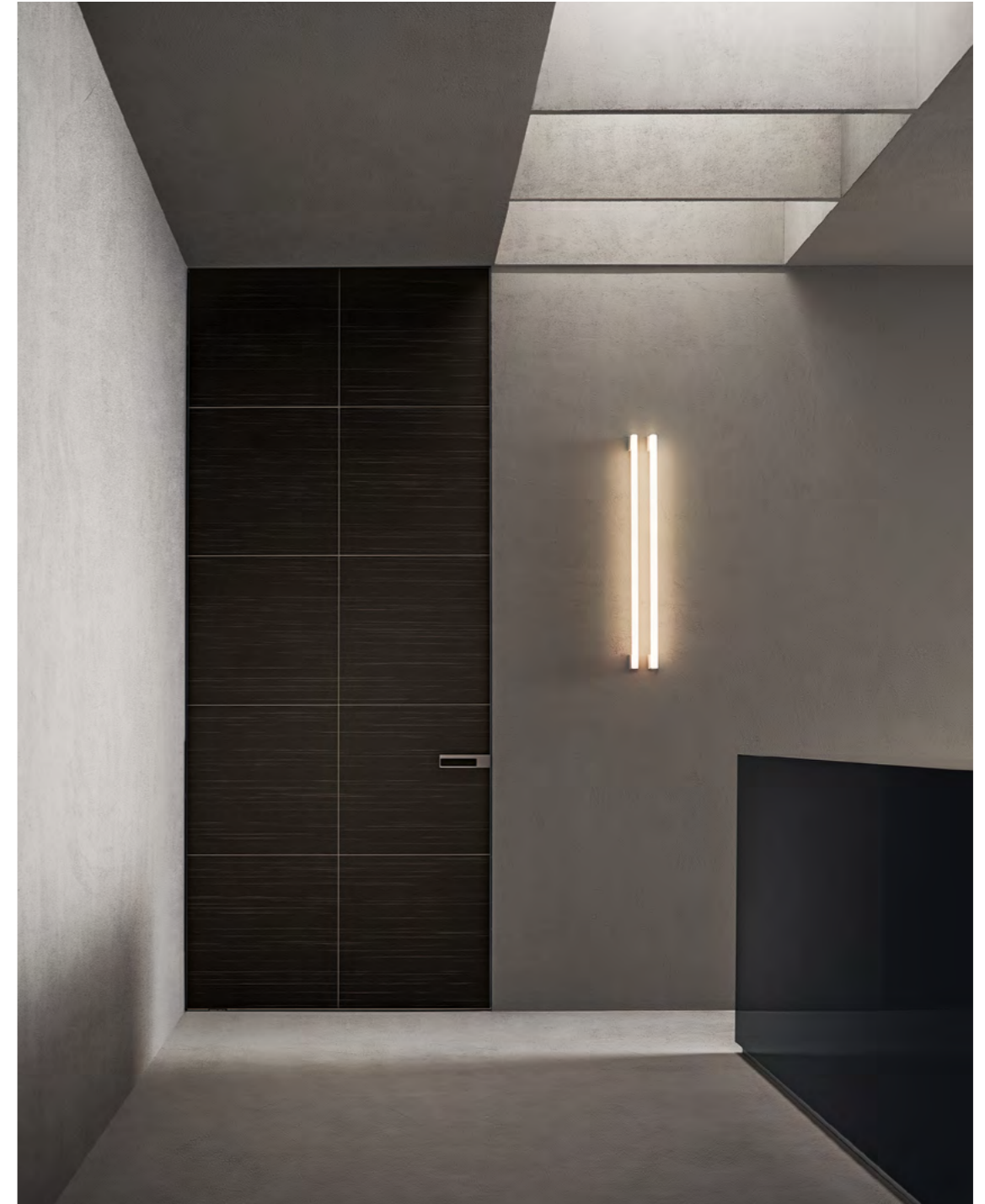










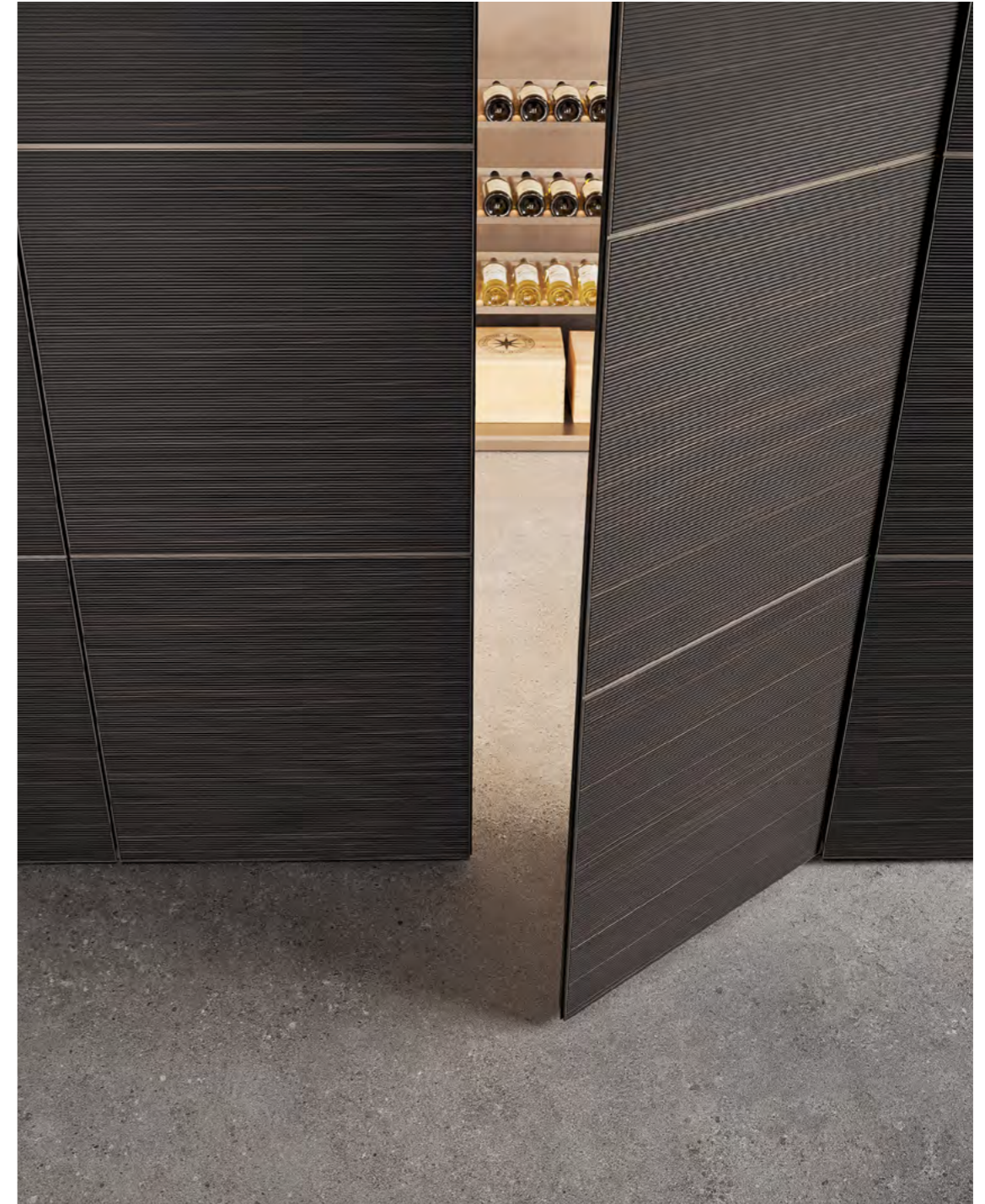


THE PRECIOUS CASE











STEFANO SALIS
Born in 1970 in Sant'Antioco in Sardinia, Stefano Salis is a journalist for Il Sole 24 Ore where he edits Commenti, the opinion and editorial page. In the newspaper's Sunday culture insert, he writes frequently on bibliophilia, publishing, art, design, and literature. He has led conferences on these topics around the world and taught university courses on journalism at the Università di Milano and the Università Cattolica.
Stefano's contributions in book form include curating (with Barnaba Fornasetti) *Piero Fornasetti: Certi paraventi sono stati disegnati due volte* (pub. Henry Beyle). His latest book is *Sulla Scacchiera* (pub. Franco Maria Ricci). Pending publication is a book on Roger Caillouis' stones (Franco Maria Ricci). He is on the advisory committee of FMR magazine. Photo credits: Ferdinando Scianna.



DEYAN SUDJIC
Critic and writer, Deyan Sudjic edited Domus in Milan, was the director of the Venice architecture biennale, and has curated exhibitions in London Istanbul, Copenhagen and Seoul on subjects ranging from Stanley Kubrick to Zaha Hadid and Paul Smith. His book the *Language of Things* has been published in ten languages. He is the editor of Anima a new magazine on design launched in April 2023.



GIUSEPPE LUPO
Born in Lucania, Giuseppe Lupo lives in Lombardy, where he teaches Theory and History of Modernity in Literature at the Università Cattolica in Milan. In 2018, he won the Premio Viareggio with Gli Anni del Nostro Incanto and, in 2011, the Selezione Campiello prize with *L'Ultima Sposa di Palmira*. Giuseppe is the author of numerous other novels, including *L'Americano di Celenne*, *La Carovana Zanardelli*, *Viaggiatori di Nuvole*, *L'Albero di Stanze*, *Breve Storia del Mio Silenzio*, and *Tabacco Clan* (2022).
His most recent book is *La Modernità Malintesa* (2023). He has published many essays on the culture of the 20th century and industrial modernism, and he collaborates with the cultural sections of Il Sole 24 Ore.



MARIA CRISTINA DIDERO
Independent design curator, author, and consultant, Maria Cristina Didero has collaborated with magazines such as Domus, Vogue Italia, L'Uomo Vogue, Flash Art, and Apartamento; she was editor-at-large of ICON Design from 2018 to 2020. Currently she is the Milan editor of Wallpaper* magazine. Maria Cristina has contributed to numerous publications, and she collaborates with many companies. She works internationally, curating exhibitions for institutions, fairs, and design-centric events.
Her experience includes 14 years at Vitra Design Museum. In 2021, she was on Stefano Boeri's curatorial team for that year's Salone del Mobile, Supersalone, for which she developed the program of open talks.
In 2022, she was nominated curatorial director of the Design Miami/ fair and presented an exhibition called "Ask Me If I Believe in the Future" at the MK&G in Hamburg. Photo credits: Stefano Ferroni.

VERSO UNA NUOVA MODERNITÀ.
 STEFANO SALIS

Modernità è una parola affascinante, anche solo a dirla, o a farsela girare tra le labbra nel pensiero. Seduce e appaga i sensi: dà sempre un senso, molto concreto, di benessere; ci ricorda che viviamo con slancio il nostro tempo ma, anche, che lo possiamo superare: da protagonisti. Moderno, infatti, si contrappone ad antico o a vecchio e porta con sé un'idea di "gioinezza" di idee, e risultati, che serve a guardare oltre l'orizzonte del già noto. Mantiene, costantemente, una sensazione positiva. Proprio per questo, però, è una parola da usare con cautela. Non è certamente una panacea, né sopporta la falsità: non si può far finta, insomma, di essere moderni o innovativi. O lo si è per davvero, o no.

Modernità non è una parola: è una attitudine, è una visione. Un progetto di largo respiro e di lungo percorso; un cambiamento, collettivo ed individuale, che si compie mentre lo si realizza. Non ci sono strade segnate, dunque, ma sperimentazioni da fare, vie da percorrere con la sensibilità (collettiva ed individuale) che muta, e con le esigenze diverse che i tempi richiedono alle persone di ingegno e alle fabbriche che si incaricano di tradurle in realtà. Modernità è cultura; strumento del conoscere e del vivere che interroga continuamente il nostro modo di essere.

La modernità si declina in un arcobaleno di idee cangianti, che puntano a smentire i profeti di sventura sempre pronti alla previsione di catastrofi ma evidenziano, anche, i sentieri che si sono rivelati sbagliati, li rendono perfetibili. Di più: così come è oggi, se portiamo il concetto dentro il mondo del design, se si può dire che non è più sostenibile produrre e progettare secondo vecchi canoni, materiali e idee - e facciamo solo l'esempio della bistrattata plastica – così, d'altra parte, non vanno demonizzate tecniche ed espressioni che, in molti casi (ed è stato proprio quello della plastica su scala industriale), hanno concesso ad ampi strati di popolazione di entrare finalmente nel benessere e nella comodità: un'eredità decisiva del Novecento.

Storia del concetto di modernità (in Italia in particolare), una sua precisa declinazione nel mondo del design e uno sguardo sul futuro che ci attende: sono le tre linee guida che seguiranno in queste pagine.

Esperti indubitabili della materia come Giuseppe Lupo, Deyan Sudjic e Maria Cristina Didero, ci raccontano, ognuno con la sua angolazione, in testi succinti ma precisi, cosa significa pensare a questi concetti, ci disegnano una mappa di significato che orienta la nostra consapevolezza. Se parole come benessere, innovazione, sostenibilità, ma anche incomprendione, fraintendimento, svolta, cambiamento di rotta si insinuano in questi testi, esse sono la spia più evidente della criticità che pone il concetto; ed è il sale stesso della discussione.

Per chi fabbrica, per chi compra, per chi usa, per chi vive il design (e non solo il design), gli oggetti del cambiamento sono i soggetti di una nuova possibilità di interpretare ruoli e destini, non sembri, questa, una parola troppo grande.

Perché la modernizzazione non è fatta solo di scommesse sul futuro, ma anche di memorie e di passioni. Di rispetto per le cose ben fatte, con quella qualità e amore per il compiuto, che sono valori intramontabili.

Di cura durevole dei dettagli. Della consapevolezza di circondarsi di oggetti che ci parlano della nostra identità: anzi, la rendono esplicita.

Insomma, essere moderni, essere "dentro il tempo", non è mai stata questione di avere i gadget tecnologici di ultima generazione, non è un vantarsi di poter godere di ritrovati scientifici che fino a qualche decennio fa erano impensabili, non è essere (fintamente) sociali perché queste sono le regole che ci impone la moda. Moderno è avere un atteggiamento di comprensione ed empatia con ciò di cui ci circondiamo, con ciò che serve a farci stare dentro un contesto, il nostro.

Nuovi modi di vivere, che certamente verranno, sono la grande opportunità che fronteggia chi oggi si confronta con la dimensione di una esperienza sociale e culturale che deve trovare soluzioni diverse a problemi nuovi, e soluzioni innovative a problemi che si ripresentano.

Un grande filosofo come Zygmunt Bauman in "Modernità liquida" aveva scritto: "Ci si sente liberi nella misura in cui l'immaginazione non supera i desideri reali e nessuno dei due oltrepassa la capacità di agire". Immaginazione, reale, capacità di agire, desiderio: dentro questa nuvola di parole ci muoviamo con la consapevolezza che i limiti di ieri sono le realtà di oggi, e le possibilità di domani sono la nostra voglia di progettare, instancabilmente, un nuovo vocabolario di parole, cose, e anche persone. I riti di una liturgia laica che parla al nostro spirito in maniere sorprendenti e affidabili. La modernità non è un traguardo, ma il prossimo pezzo di strada.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

BIOGRAFIA

Sardo di Sant'Antioco (1970) Stefano Salis è giornalista presso il Sole 24 Ore, dove ricopre l'incarico di responsabile della pagina dei Commenti. Si occupa regolarmente, sul supplemento domenicale, di bibbliofilia, editoria, arte, design e letteratura. Ha tenuto conferenze su questi argomenti in tutto il mondo e corsi universitari di giornalismo presso l'Università di Milano e presso la Cattolica. Tra i suoi contributi in forma di libro ricordiamo la curatela (con Barnaba Fornasetti) di *Piero Fornasetti. Certi paraventi sono stati disegnati due volte* (Henry Beyle). Il suo ultimo libro è *Sulla scacchiera* (Franco Maria Ricci editore). Di prossima uscita un libro sulle pietre di Roger Caillois (Franco Maria Ricci). È nel comitato di direzione della rivista FMR.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

UN FUTURO VISTO DAGLI OCCHI DI TUTTI.

GIUSEPPE LUPO

Quando si pronuncia il termine modernità, oggi come in passato, il pensiero corre subito alle trasformazioni economiche e sociali avvenute nel secolo scorso, tra gli anni Quaranta e i Cinquanta, epoca in cui il passaggio dalla civiltà della terra alla civiltà delle macchine faceva acquisire al nostro Paese un volto industriale. Tale avvenimento, che ha una dimensione epocale, è un segno di discontinuità rispetto al passato, individua un punto di non ritorno, perché, prima ancora che sull'economia, i cambiamenti hanno inciso sui modelli di comportamento degli individui, sul tessuto antropologico delle famiglie e dei gruppi sociali, perfino sull'idea di paesaggio urbano e di periferia.

Nessuno, infatti, ripensa oggi al Novecento privo delle questioni ideologiche che sono sorte con l'irrompere della tecnologia. Noi non conosciamo la modernità, ma i suoi riverberi, ne misuriamo gli effetti che erano sotto gli occhi di tutti e si concretizzavano nel moltiplicarsi di oggetti prodotti nelle fabbriche – dai componenti per l'arredamento agli elettrodomestici, dalle automobili ai vestiti –, figli di un'antica sapienza artigiana, che le fabbriche hanno saputo incentivare e valorizzare grazie al design, creando così quello stile inconfondibile a cui è stato dato l'etichetta di Made in Italy. In poco meno di un quindicennio, l'Italia è stata in grado di rinnovare radicalmente l'immagine di sé nel mondo: da nazione povera e sconfitta, da patria di emigranti a culla del bel vivere, scuola di eleganza e raffinatezza.

Un avvenimento di tale portata, se da un lato ha provocato il dilagare dei consumi e l'affermarsi di una società di massa (due fenomeni generalmente presi a bersaglio dagli uomini di cultura), dall'altro ha felicemente appagato la quotidianità di un popolo che fino al dopoguerra non conosceva il concetto di stabile benessere, anzi viveva una condizione di precarietà, per non dire di indigenza.

Dire Novecento, dunque, equivale a dire modernità industriale, con tutto ciò che questa formula ha significato nel campo della politica, della cultura, dei linguaggi filosofici ed economici.

Il problema non è stato solo il rapido consolidarsi di un livello tecnologico, inevitabile e necessario per una nazione che intendeva collocarsi dentro lo scacchiere occidentale.

È stata la reazione al cambiamento tanto nella gente comune quanto nelle élite intellettuali, il senso di disagio, la frattura profonda con il vecchio mondo e anche una certa diffidenza nei confronti del nuovo. Gli uomini di cultura si sono fatti carico di queste problematiche e ne hanno registrato le oscillazioni, motivo per cui, per esempio, la letteratura che si è occupata di questi argomenti può essere letta come termometro di un atteggiamento, il più delle volte corrosivo nei risultati e severo nei giudizi, espressione di un'antimodernità (più che di una convinta adesione alla modernità) che affondava le sue radici nel sostrato ideologico di un secolo complicato, votato allo scontro tra i modelli di società anziché al dialogo e all'integrazione.

Proprio qui si nasconde una paradossale contraddizione. Da una parte, il fronte degli intellettuali, che il più delle volte ha male interpretato i risultati dell'industrializzazione, dando di essi una lettura scettica o negativa, come se il diffondersi dei beni di consumo fosse un errore strategico o una forma di obbedienza alla logica del capitalismo. Dall'altro, la gente comune – famiglie di operai e impiegati, piccola e media borghesia – a cui invece la fabbrica, mettendo a disposizione i suoi oggetti, regalava la possibilità di accedere a un livello più elevato nella qualità della vita, di sentirsi partecipi di qualcosa assai più grande del singolo destino: una ventata di aria nuova, che attraversava il mondo e riempiva di futuro gli occhi di tutti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

BIOGRAFIA

Nato in Lucania, Giuseppe Lupo vive in Lombardia, dove insegna Teoria e storia della modernità letteraria pressol'Università Cattolica di Milano. Nel 2018 ha vinto il Premio Viareggio con Gli anni del nostro incanto e nel 2011 il Premio Selezione Campiello con L'ultima sposa di Palmira. È autore di numerosi altri romanzi, fra cui *L'americano di Celenne*, *La carovana Zanardelli*, *Viaggiatori di nuvole*, *L'albero di stanze*, *Breve storia del mio silenzio* e *Tabacco Clan* (2022). Ha pubblicato diversi saggi sulla cultura del Novecento e la modernità industriale. Il suo ultimo libro è *La modernità malintesa* (2023). Collabora alle pagine culturali del «Sole-24Ore»

LA MODERNITÀ È CAPIRE COME CAMBIA LA SOCIETÀ.

DEYAN SUDJIC

Andy Warhol, negli anni 60, spinse l'arte moderna dentro ai libri di storia per far posto all'alternativa meno ideologica dell'arte contemporanea. L'architettura moderna fu dichiarata morta dal critico postmodernista Charles Jencks nel 1972. Ma anche se i postmodernisti si sono divertiti a progettare alberghi per la Disney con la forma di un gigantesco cigno e a usare calcestruzzo prefabbricato per costruire palazzoni di case popolari che facevano la parodia del Colosseo nelle banlieues parigine, non siamo riusciti a rinunciare al concetto di modernità.

Da un certo punto di vista, la crociata morale che il modernismo un tempo rappresentava è stata rimpiazzata da una nostalgia per la certezza che il «moderno» un tempo rappresentava.

È una nostalgia che possiamo osservare nella fascinazione che l'architettura brutalista e l'arredamento modernista di metà Novecento esercitano su una generazione di hipster. Ne possiamo vedere un riflesso nell'omaggio agli elettrodomestici Braun di Dieter Rams da parte di Jony Ive nel suo progetto per la Apple, e nell'importanza che continua ad avere il lavoro di pionieri del modernismo come Jean Prouve e George Nelson per l'industria del mobile.

Non è difficile comprendere il fascino di un design che resiste al passare del tempo. C'era qualcosa di speciale nelle opere di Rams e in quelle di Charles e Ray Eames, qualcosa che le ha fatte durare. Guardate l'architettura della Eames House a Santa Monica, realizzata con componenti industriali standardizzati: sembra fresca e nuova come il giorno in cui è stata completata, nel 1949, a differenza dell'obsolescenza programmata degli elettrodomestici da cucina (ancora in loco) da usare per i quali non avevano altra scelta.

C'è un altro aspetto, meno sentimentale e forse più importante, nel fascino della modernità. L'esplosione dei social media e l'adozione universale dello smartphone, introdotto appena sedici anni fa da Steve Jobs, inizialmente erano state raffigurate descritte come nuove tappe nell'evoluzione della modernità e invece hanno avuto la conseguenza non voluta di contribuire a ricacciare il mondo verso una condizione premoderna. Twitter doveva dare più potere all'individuo e invece minaccia di riportarci al Medioevo, con le sue intolleranze, testimoniate dal ritorno di superstizioni antiche contro i vaccini e i pregiudizi contro gli estranei, purtroppo ricomparsi in una nuova era di irrazionalità. Dobbiamo trovare modi nuovi per usare la tecnologia, per ripristinare alcune delle qualità e delle libertà che sono parte essenziale della modernità. Essere moderni non significa scegliere uno stile invece di un altro. Significa trovare modi per mettere la tecnologia al servizio della gente. Significa capire come sta cambiando la società.

Significa ricerca, prove concrete, ragione, comprensione. Terence Conran diceva che il design è l'intelligenza che diventa visibile.

La tecnologia non rimane immobile. La modernità un tempo erano le sedie a sbalzo in tubolare d'acciaio. Buckminster Fuller prendeva in giro, giustamente, i modernisti della scuola Bauhaus perché si preoccupavano solo di quello che potevano vedere nel loro mondo, perché disegnavano i rubinetti senza curarsi delle tubature e degli ingegneri che li rifornivano di acqua. Il critico inglese Reyner Banham, ancora negli anni 60, pronosticava un futuro in cui la mobilia sarebbe scomparsa del tutto. Per molti versi, siamo in un'epoca in cui gli oggetti si sono dematerializzati, come ipotizzava lui. Dobbiamo cercare nuovi modi di essere moderni, e modi moderni per trovare il conforto che abbiamo sempre ricercato nei nostri possedimenti fisici, quella capacità che hanno di riflettere la nostra vita e la nostra memoria.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

BIOGRAFIA

Deyan Sudjic è un critico e uno scrittore. Ha diretto la rivista Domus a Milano, è stato direttore della biennale di architettura di Venezia e ha curato mostre a Londra, Istanbul, Copenhagen e Seul, su argomenti che vanno da Stanley Kubrick a Zaha Hadid e Paul Smith.

Il suo libro *The Language of Things* è stato pubblicato in dieci lingue, fra cui l'Italiano (*Il linguaggio delle cose*, Laterza 2009). È il direttore di Anima, una nuova rivista di design lanciata nell'aprile del 2023.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

CONIUGARE MODERNITÀ CON SOSTENIBILITÀ.

MARIA CRISTINA DIDERO

Se dovessi considerare la nozione di modernità secondo l'accezione più attuale, e più consona ad una chiave futura, direi che potrei affermare senza paura che modernità oggi è sinonimo di sostenibilità. Sostenibilità è sinonimo di condivisione. E condivisione significa lavorare all'unisono per un mondo migliore. Per tutti.

Tema cruciale per i nostri tempi, decisivo nel determinare le azioni future, sostanza di proposte che dovranno forgiare la coscienza di produttori e consumatori degli anni che verranno, la sostenibilità sembra essere sulla bocca di tutti, ma forse gli interventi concreti sembrano essere limitati, si agisce in maniera ridotta.

Nemmeno il mondo del design può e deve sfuggire a queste istanze. Progetto, design, cultura delle persone: nessuno di questi aspetti può essere estraneo alla questione: si tratta di rideterminare una nozione ampia di significato che investe, nel complesso, forme e strutture della produzione, risultati estetici, richieste del mercato e pensiero consapevole nell'acquisto. Certo: la percezione comune del valore di un oggetto disegnato oggi è già molto cambiata da quella di un tempo (quando il bello e il decorato dettavano legge e le considerazioni concettuali si limitavano per lo più a valutazioni estetiche) ma la consapevolezza, coscienza, conoscenza che il nostro pianeta (e noi con lui) ha un serio problema, comporta che la valutazione sulla bontà di un prodotto sia radicalmente cambiata. Si affacciano sul mercato acquirenti più responsabili: a loro le aziende devono essere in grado di rispondere.

Non è solo un problema etico che le aziende, chi prima, chi dopo, sono arrivate finalmente a porsi. È che nel mondo del progetto oggi esiste una reale e attenta richiesta da parte del pubblico, di prodotti rispettosi di determinati canoni, capaci di attestarne la reale qualità e di legittimarne l'esistenza con caratteristiche premianti: stile, economicità, resistenza. Una nuova modernità sostenibile.

E forse è il momento di dire che le aziende questo l'hanno capito. Hanno capito che un prodotto sano incide ormai in maniera sostanziale "anche" sul successo commerciale, sulle vendite, sulla reputazione, sulla capacità di attirare un pubblico attento. Gli imprenditori più illuminati ed avanzati, in questo campo, hanno compreso prima e assimilato poi l'esigenza di un cambiamento radicale.

Non solo nella produzione, ma in tutti i settori della filiera produttiva. Tutti i processi sono oggetto di una riflessione e di un cambiamento che non è di facciata: fanno, e devono fare parte, dello stesso dna dell'impresa. Ne sono il presente, spesso ne continuano il passato, certamente sono le radici di un solido futuro. D'altra parte, l'industria non solo si è spesso adeguata alle richieste che avanza il mercato; talora ha preceduto, con coscienza gusti e tendenze, spesso dettandole.

Nel campo del design, ci sono già numerosi progettisti, architetti, artisti e associazioni che lavorano in questo senso e che hanno perseguito una tale strada fin dall'inizio del loro percorso. Anzi: per alcuni di loro, questa è stata addirittura l'ispirazione indispensabile per caratterizzare il proprio lavoro. Progettare, del resto, è un verbo che declina naturalmente il futuro. E bisogna perciò farlo sempre più in maniera responsabile. Il progettista e l'azienda (madre e padre di un oggetto), responsabili di numerose scelte che definiscono la traiettoria di un prodotto, valutano la maniera per realizzarlo. Dalla scelta delle materie all'economicità complessiva, fino al "pensiero attivo" che prevede un ciclo per il prodotto che va dalla sua nascita a quello della sua fine e adesso, possibilmente, al riutilizzo. Condividere e riutilizzare, riusare, ripensare: ecco quello che bisogna fare oggi. E poi agire, perché non c'è più tempo e forse non c'è più nemmeno scelta. "The house is on fire" sostiene Greta, e noi lo sappiamo.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

Italian to English translation by Laura M. Cincotta.

English to Italian translation by Fabio Galimberti.

BIOGRAFIA

Curatrice di design indipendente, autrice e consulente, Maria Cristina Didero ha collaborato con riviste tra cui Domus, Vogue Italia, L'Uomo Vogue, Flash Art, Appartamento ed è stata editor-at-large di ICON Design dal 2018 al 2020. Attualmente ricopre il ruolo di Milan editor per Wallpaper magazine. Maria Cristina ha contribuito a molte pubblicazioni e collaborato con molte aziende. Lavora a livello internazionale, curando mostre per istituzioni, fiere ed eventi dedicati al design. Ha lavorato per Vitra Design Museum per 14 anni. Nel 2021 è parte della squadra curatoriale scelta da Stefano Boeri, incaricata del public program per l'edizione del Salone del Mobile, Supersalone mentre nel 2022 è stata nominata direttore curatoriale della fiera Design Miami/ e ha presentato un progetto al Mk&G di Amburgo dal titolo *Ask Me If I Believe in the Future*.

AUF DEM WEG IN EINE NEUE MODERNE.
STEFANO SALIS

Das Wort Moderne ist ein faszinierender Begriff, selbst wenn man ihn nur ausspricht oder in Gedanken über seine Lippen kommen lässt. Er verführt und befriedigt die Sinne: schon immer vermittelte er ein sehr konkretes Gefühl des Wohlbefindens und er erinnert uns daran, dass wir unsere Zeit voller Elan leben sollten, doch auch daran, dass wir sie als Protagonisten überwinden können. Denn der Begriff modern beschreibt das Gegenteil von antik oder alt und vermittelt eine Vorstellung von frischen Ideen und Ergebnissen, die uns einen Blick über den Horizont des bereits Bekannten hinaus zu werfen erlauben. Moderne vermittelt stets ein positives Gefühl. Doch gerade deshalb sollte dieser Begriff mit Bedacht eingesetzt werden. Er ist gewiss kein Patentrezept, und er duldet auch keine Unwahrheiten: Man kann also nicht so tun, als sei man modern oder innovativ. Man ist es tatsächlich, oder man ist es nicht.

Moderne ist nicht einfach ein Wort, sie ist eine Haltung, eine Vision. Ein weitreichendes und langwieriges Projekt; eine kollektive und individuelle Veränderung, die während ihrer Verwirklichung vollzogen wird. Es gibt daher keine vorgezeichneten Wege, vielmehr handelt es sich um Experimente, um Pfade, die mit wechselnden Empfindungen (kollektiv und individuell) und mit den unterschiedlichen Anforderungen, die die Zeit an den Erfindergeist und an die Fabriken, die für die Umsetzung zuständig sind, stellt, beschriftan werden müssen. Die Moderne ist Kultur, ein Werkzeug des Wissens und des Lebens, das unsere Art des Seins ständig infrage stellt.

Die Moderne nimmt die Form eines Regenbogens an, bei dem die Ideen den sich wechselnden Farben gleichen, und die darauf abzielen, die Untergangspropheten mit ihren ständigen Katastrophenvorhersagen zu widerlegen, aber auch die Wege aufzuzeigen, die sich als falsch erwiesen haben, und sie zu perfektionieren. Hinzu kommt: Wenn wir heute das Konzept in die Welt des Designs übertragen, wenn wir sagen, dass es nicht mehr zukunftsfähig ist, nach alten Kanons, mit alten Materialien und Ideen zu produzieren und zu entwerfen – siehe zum Beispiel den bistratierten Kunststoff –, dann sollten wir auf der anderen Seite nicht Techniken und Ausdrucksformen verteufln, die vielen Menschen (und das gilt insbesondere für den Kunststoff im industriellen Maßstab) ermöglicht haben, endlich in Wohlstand und Komfort zu leben, was eine bedeutende Errungenschaft des 20. Jahrhunderts war. Die Geschichte des Konzepts der Moderne (insbesondere in Italien), seine präzise Deklinatio in der Welt des Designs und ein Blick in die Zukunft, die uns erwartet: Das sind die drei Leitlinien, die auf diesen Seiten folgen werden.

Renommierte Experten auf diesem Gebiet wie Giuseppe Lupo, Deyan Sudjic und Maria Cristina Didero erklären uns aus ihrem jeweiligen Blickwinkel in knappen, aber prägnanten Texten, was es bedeutet, über diese Konzepte nachzudenken. Sie zeichnen uns eine Karte mit der Bedeutung, die unserem Bewusstsein Orientierung gibt. Wenn in diesen Texten Worte wie Wohlbefinden, Innovation, Nachhaltigkeit, aber auch Missverständnis, Fehlinterpretation, Umschwung, Kurswechsel vorkommen, sind sie ein eindeutiger Indikator für die Problematik, die das Konzept darstellt; und sie sind das eigentliche Herz der Diskussion.

Für diejenigen, die herstellen, für diejenigen, die kaufen, für diejenigen, die benutzen, für diejenigen, die Design (und nicht nur Design) erleben, sind die Objekte des Wandels die Subjekte einer neuen Möglichkeit, Rollen und Schicksale zu interpretieren, was in diesem Fall keineswegs ein zu bedeutendes Wort ist. Denn bei der Modernisierung geht es nicht nur darum, auf die Zukunft zu setzen, sondern auch um Erinnerungen und Leidenschaften. Um den Respekt für gut gemachte Dinge, mit der Qualität und der Liebe für das Vollendete, die zeitlose Werte sind. Um beständige Liebe zum Detail. Um das Bewusstsein, dass wir uns mit Gegenständen umgeben, die uns unsere Identität verdeutlichen, ja sie sogar explizit machen. Modern zu sein, ‚mit der Zeit zu gehen‘, war folglich nie eine Frage des Besitzes der neuesten technologischen Errungenschaften. Es geht nicht darum, mit wissenschaftlichen Durchbrüchen aufzuwarten, die vor einigen Jahrzehnten noch undenkbar waren, es geht nicht darum, sich sozial zu verhalten (so zu tun, als ob), denn das sind nur Regeln, die die Mode uns auferlegt. Modern ist eine verständnisvolle und einfühlsame Haltung gegenüber dem, womit wir uns umgeben, gegenüber dem, was dazu dient, dass wir uns in einen bestimmten Kontext einfügen, unseren eigenen.

Neue Lebensformen, die mit Sicherheit auf uns zukommen werden, stellen eine große Chance für all diejenigen dar, die heute mit der Dimension einer sozialen und kulturellen Erfahrung konfrontiert sind, die andere Lösungen für neue Probleme und innovative Lösungen für wiederkehrende Probleme finden müssen.

Der große Philosoph Zygmunt Bauman schrieb in, Moderne und Ambivalenz': „Man fühlt sich in dem Maße frei, in dem die Vorstellungskraft die realen Wünsche nicht übersteigt, und beide die Fähigkeit zu handeln nicht übersteigen.“ Vorstellungskraft, Realität, Handlungsfähigkeit, Wunsch: Wir bewegen uns in dieser Wortwolke mit dem Bewusstsein, dass die Grenzen von gestern die Realitäten von heute sind und die Möglichkeiten von morgen unseren Wunsch widerspiegeln, unermüdlich ein neues Vokabular von Worten, Dingen und sogar Menschen zu entwerfen. Die Riten einer weltlichen Liturgie, die unseren Geist auf überraschende und zuverlässige Weise anspricht. Moderne ist kein Ziel, sondern das nächste Stück des Weges.

BIOGRAFIE

Stefano Salis wurde 1970 auf der sardischen Insel Sant’Antioco geboren und ist heute der verantwortliche Journalist für die Kommentarseite der Tageszeitung Il Sole 24 Ore. In der Sonntagsbeilage berichtet er darüber hinaus regelmäßig über Bibliophilie, das Verlagswesen, Kunst, Design und Literatur.

Er hat in der ganzen Welt Vorträge zu diesen Themen gehalten und Journalismus-Seminare an der Universität Mailand und an der Università Cattolica abgehalten. Zu seinen Beiträgen in Buchform gehört die Herausgabe (mit Barnaba Fornasetti) von Piero Fornasetti – *Certi paraventi sono stati disegnati due volte* (Verlag Henry Beyle). Zuletzt ist von ihm *Sulla scacchiera* (Verlag Franco Maria Ricci) erschienen, ein Buch über das Schachspiel. In Kürze wird im selben Verlag ein Buch über die Steine von Roger Caillouis erscheinen. Bei der Zeitschrift FMR ist er Mitglied des Redaktionsausschusses.

EINE ZUKUNFT, DIE MIT DEN AUGEN ALLER BETRACHTET WIRD.
GIUSEPPE LUPO

Wenn man den Begriff der Moderne verwendet, denkt man heute wie damals sofort an die wirtschaftlichen und sozialen Veränderungen, die im letzten Jahrhundert, zwischen den 1940er und 1950er Jahren, stattgefunden haben. Es war eine Zeit, in der der Übergang von der Zivilisation des Landes zur Zivilisation der Maschinen unserem Land ein industrielles Gesicht verlieh. Dieses Ereignis, das eine epochale Dimension hat, ist ein Zeichen der Diskontinuität in Bezug auf die Vergangenheit. Es markiert einen Punkt, an dem es kein Zurück mehr gibt, weil die Veränderungen nicht nur Auswirkungen auf die Wirtschaft haben, sondern auch auf die Verhaltensmuster des Einzelnen, das anthropologische Gefüge von Familien und sozialen Gruppen, ja sogar auf die Vorstellung von Stadtlandschaften und Vorstädten.

Niemand denkt heute an das 20. Jahrhundert zurück, ohne die ideologischen Fragen im Zusammenhang mit dem Einbruch der Technologie zu thematisieren. Wir kennen die Moderne nicht, doch wir kennen ihren Nachhall, wir messen ihre Auswirkungen, die für alle sichtbar waren und die sich in der Vervielfachung der in den Fabriken hergestellten Gegenstände – angefangen von Einrichtungsgegenständen bis hin zu Haushaltsgeräten, von Autos bis hin zu Kleidung – manifestierten, die aus einer alten handwerklichen Tradition hervorgingen, die die Fabriken dank des Designs stimulieren und aufwerten konnten und so jenen unverwechselbaren Stil schufen, dem das Label ‚Made in Italy‘ verliehen wurde. In weniger als fünfzehn Jahren gelang es Italien, sein Selbstverständnis in der Welt radikal zu erneuern: von einer armen und besiegten Nation, von einem Land der Emigranten zur Wiege des schönen Lebens, einer Schule der Eleganz und der Raffinesse.

Ein Ereignis dieses Ausmaßes, das einerseits eine Zunahme des Konsums und die Bejahung einer Massengesellschaft auslöste (zwei Phänomene, auf die Kulturschaffende im Allgemeinen abzielen), hat andererseits das alltägliche Leben einer Bevölkerung erleichtert, die bis zur Nachkriegszeit das Konzept eines stabilen Wohlstands nicht kannte, sondern sich in einer prekären, um nicht zu sagen mittellosen Situation befand.

Vom 20. Jahrhundert zu sprechen, bedeutet also, von der industriellen Moderne mit all dem zu sprechen, was diese Formulierung in den Bereichen Politik, Kultur, Philosophie und Wirtschaft mit sich gebracht hat.

Das Problem lag nicht nur in der schnellen Konsolidierung des technologischen Niveaus, die für eine Nation, die sich auf dem Schachbrett des Westens behaupten wollte, unvermeidlich und notwendig war.

Es war die Reaktion auf den Wandel sowohl bei den einfachen Leuten als auch bei der intellektuellen Elite, ein Gefühl des Unbehagens, ein tiefer Riss in der alten Welt und auch ein gewisses Misstrauen gegenüber dem Neuen. Die Kulturschaffenden griffen diese Probleme auf und dokumentierten ihre Schwankungen, weshalb beispielsweise die Literatur, die sich mit diesen Themen befasste, als Seismograf einer Haltung gelesen werden kann, die meist zersetzend in ihren Ergebnissen und streng in ihren Urteilen war, Ausdruck einer Antimoderne (und nicht eines überzeugten Festhaltens an der Moderne), die im ideologischen Substrat eines komplizierten Jahrhunderts verwurzelt war, das eher dem Zusammenprall der Gesellschaftsmodelle als dem Dialog und der Integration gewidmet war.

Darin liegt ein paradoxer Widerspruch. Auf der einen Seite die intellektuelle Elite, die die Ergebnisse der Industrialisierung meist fehlinterpretierte und ihnen eine skeptische oder negative Lesart verlieh, als ob die Verbreitung von Konsumgütern ein strategischer Fehler oder eine Form des Gehorsams gegenüber der Logik des Kapitalismus sei. Auf der anderen Seite die einfachen Leute - Arbeiter- und Angestelltenfamilien, die mittlere und untere Mittelschicht - denen die Fabrik durch die zur Verfügbarkeit ihrer Objekte die Möglichkeit gab, ein höheres Maß an Lebensqualität zu erreichen, das Gefühl zu haben, Teil von etwas zu sein, das viel größer ist als ihr individuelles Schicksal: ein frischer Wind, der durch die Welt fegte und jedem die Zukunft vor Augen führte.

BIOGRAFIE
Giuseppe Lupo wurde in Lukanien geboren und lebt in der Lombardei, wo er an der Mailänder Università Cattolica Theorie und Geschichte der literarischen Moderne lehrt. 2018 gewann er mit Gli anni del nostro incanto den Premio Viareggio und 2011 den Premio Selezione Campiello mit L’ultima sposa di Palmira. Er ist Autor zahlreicher weiterer Romane, darunter *L’americano di Celenne*, *La carovana Zanardelli*, *Viaggiatori di nuvole*, *L’albero di stanze*, *Breve storia del mio silenzio* und *Tabacco Clan* (2022). Er hat mehrere Essays über die Kultur des 20. Jahrhunderts und die industrielle Moderne veröffentlicht. Sein neuestes Buch ist *La modernità malintesa* (2023). Er ist Mitarbeiter der Kulturseiten von Il Sole 24 Ore.

MODERNE BEDEUTET ZU VERSTEHEN, WIE SICH DIE GESELLSCHAFT VERÄNDERT.
DEYAN SUDJIC

Andy Warhol verdrängte in den 1960er Jahren die moderne Kunst in die Geschichtsbücher und machte Platz für die weniger ideologische Alternative der zeitgenössischen Kunst. Die moderne Architektur wurde 1972 von dem post-modernen Kritiker Charles Jencks für tot erklärt. Doch auch wenn sich die Postmodernisten einen Spaß daraus machten, für Disney Hotels in Form eines riesigen Schwans zu entwerfen und mit Betonfertigteilen Hochhäuser zu bauen, die das Kolosseum in den Pariser Banlieues parodierten, ist es uns nicht gelungen, das Konzept der Moderne aufzugeben.

In gewisser Hinsicht ist der moralische Kreuzzug, den die Moderne einst darstellte, durch eine Sehnsucht nach der Gewissheit ersetzt worden, für die das „Moderne“ einst stand. Es ist eine Nostalgie, die wir in der Faszination beobachten können, die brutalistische Architektur und modernistische Möbel aus der Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts auf eine Generation von Hipstern ausübten. Dies spiegelt sich in der Hommage von Jony Ive an die Braun-Geräte von Dieter Rams in seinem Design für Apple und in der anhaltenden Bedeutung der Arbeit von Pionieren der Moderne wie Jean Prouve und George Nelson für die Möbelindustrie wider.

Es ist nicht schwer, den Reiz eines Designs zu verstehen, das sich im Laufe der Zeit bewährt hat. Die Werke von Rams und Charles und Ray Eames hatten etwas Besonderes an sich, etwas, das sie die Zeit überdauern ließ. Schauen Sie sich die Architektur des Eames House in Santa Monica an, das mit standardisierten Industriekomponenten gebaut wurde: Es wirkt so frisch und neu wie an dem Tag, an dem es 1949 fertiggestellt wurde, ganz im Gegensatz zu den veralteten Küchengeräten (die immer noch vorhanden sind), bei denen sie keine andere Wahl hatten.

Es gibt noch einen anderen, weniger sentimentalen und vielleicht wichtigeren Aspekt der Faszination der Moderne. Die explosionsartige Ausbreitung der sozialen Medien und die allgemeine Verbreitung des Smartphones, das vor gerade einmal sechzehn Jahren von Steve Jobs eingeführt wurde, wurden zunächst als neue Meilensteine in der Entwicklung der Moderne dargestellt.

Doch in Wirklichkeit hatten sie die unbeabsichtigte Folge, dass die Welt in einen vormodernen Zustand zurückgeworfen wurde. Twitter sollte das Individuum ermächtigen, doch stattdessen besteht die Gefahr, dass es uns mit seinen intoleranten Verhaltensweisen ins Mittelalter zurückversetzt. Besonders deutlich wird dies an der Rückkehr des alten Aberglaubens gegen Impfstoffe und der Vorurteile gegen Außenseiter, die in einem neuen Zeitalter der Irrationalität leider wieder auftauchen. Wir müssen neue Wege zur Nutzung der Technologie finden, um einige der Werte und Freiheiten wiederherzustellen, die ein wesentlicher Bestandteil der Modernität sind.

Modern zu sein bedeutet nicht, einen bestimmten Stil zu bevorzugen. Es bedeutet, Wege zu finden, um die Technologie in den Dienst der Menschen zu stellen. Es bedeutet zu verstehen, wie sich die Gesellschaft verändert. Es bedeutet Forschung, konkrete Beweise, Vernunft, Verständnis. Terence Conran sagte, dass Design eine sichtbar werdende Intelligenz sei.

Die Technik bleibt nicht stehen. Modern waren früher Freischwinger aus Stahlrohr. Buckminster Fuller spottete zu Recht über die Modernisten der Bauhaus-Schule, weil sie sich nur um das kümmerten, was sie in ihrer Welt sehen konnten, weil sie Wasserhähne entwarfen, ohne sich um die Rohre und die Ingenieure zu kümmern, die sie mit Wasser versorgten. Der englische Kritiker Reyner Banham prognostizierte noch in den 1960er Jahren eine Zukunft, in der Möbel gänzlich verschwinden würden. Wie er vermutete, leben wir in vielerlei Hinsicht in einer Ära, in der die Objekte entmaterialisiert sind. Wir müssen nach neuen Wegen suchen, um modern zu sein, und nach modernen Wegen, um den Komfort zu erreichen, den wir immer in unseren materiellen Besitztümern gesucht haben, die Fähigkeit, die sie haben, um unser Leben und unsere Erinnerungen zu reflektieren.

BIOGRAFIE

Deyan Sudjic ist Kritiker und Schriftsteller. Er leitete die Zeitschrift Domus in Mailand, war Direktor der Architekturbiennale in Venedig und kuratierte Ausstellungen in London, Istanbul, Kopenhagen und Seoul, die von Stanley Kubrick über Zaha Hadid zu Paul Smith reichten.

Sein Buch *The Language of Things* wurde in zehn Sprachen veröffentlicht (auf Italienisch erschien es unter dem Titel *Il linguaggio delle cose* 2009 bei Laterza). Er ist Herausgeber von Anima, einer neuen Designzeitschrift, die im April 2023 lanciert wird.

DIE VERBINDUNG VON MODERNE UND NACHHALTIGKEIT.
MARIA CRISTINA DIDERO

Wenn ich den Begriff der Moderne in seiner aktuellsten Bedeutung und im Sinne eines Schlüsselbegriffs für die Zukunft definieren müsste, würde ich sagen, dass ich ohne Scheu behaupten kann, dass Moderne heute ein Synonym für Nachhaltigkeit ist. Nachhaltigkeit ist ein Synonym für Teilen. Und teilen bedeutet, gemeinsam für eine bessere Welt zu arbeiten. Für alle.

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema unserer Zeit, das für die Festlegung künftiger Maßnahmen entscheidend ist. Daher steht sie im Mittelpunkt von Vorschlägen, die das Bewusstsein von Produzenten und Verbrauchern in den kommenden Jahren prägen müssen. Sie scheint in aller Munde zu sein, doch konkrete Maßnahmen scheinen sich in Grenzen zu halten.

Auch die Welt des Designs kann und sollte sich diesen Anforderungen nicht entziehen. Projekt, Design, Kultur der Menschen: Keiner dieser Aspekte kann von der Frage losgelöst sein. Es geht darum, einen weit gefassten Bedeutungsbegriff neu zu definieren, der im Großen und Ganzen Formen und Strukturen der Produktion, ästhetische Ergebnisse, Marktanforderungen und bewusstes Denken in den Einkauf einbezieht. Die allgemeine Wahrnehmung des Wertes eines gestalteten Objekts hat sich im Vergleich zu früher (als das Schöne und Verschnörkelte das Gesetz diktierte und konzeptionelle Überlegungen sich meist auf ästhetische Bewertungen beschränkten) natürlich bereits stark verändert, aber das Bewusstsein, die Erkenntnis, dass unser Planet (und wir mit ihm) ein ernsthaftes Problem hat, bedeutet, dass sich die Bewertung der Güte eines Produkts radikal verändert hat. Der Markt ist immer mehr von verantwortungsbewussten Käufern geprägt: Unternehmen müssen in der Lage sein, auf sie zu reagieren.

Es ist nicht nur ein ethisches Problem, das sich die Unternehmen – mal früher, mal später – endlich stellen müssen. In der Welt des Designs gibt es heute eine echte und wachsende Nachfrage des Publikums nach Produkten, die bestimmten Kanons entsprechen, die ihre tatsächliche Qualität bezeugen und ihre Existenz mit lohnenden Eigenschaften legitimieren: Stil, Erschwinglichkeit, Widerstandsfähigkeit. Eine neue nachhaltige Moderne.

Und vielleicht kann man nun sagen, dass die Unternehmen dies verstanden haben. Sie haben erkannt, dass ein gesundes Produkt heute auch den kommerziellen Erfolg, den Absatz, das Ansehen und die Fähigkeit, ein aufmerksames Publikum anzuziehen, wesentlich beeinflusst. Die aufgeklärtesten und fortschrittlichsten Unternehmer in diesem Bereich haben die Notwendigkeit eines radikalen Wandels zunächst verstanden und dann verinnerlicht. Nicht nur in der Produktion, sondern in allen Bereichen der Produktionskette. Alle Prozesse sind Gegenstand von Überlegungen und Veränderungen, die nicht nur kosmetischer Natur sind: Sie sind Teil der DNA des Unternehmens und müssen es auch sein. Sie stellen die Gegenwart dar, sie setzen oft die Vergangenheit fort und sie sind sicherlich die Wurzeln einer soliden Zukunft. Die Industrie hat sich jedoch nicht nur oft an die Anforderungen des Marktes angepasst, sondern ist manchmal bewusst dem Geschmack und den Trends vorausgegangen und hat sie oft diktiert.

Im Bereich des Designs gibt es bereits zahlreiche Designer, Architekten, Künstler und Verbände, die in diese Richtung arbeiten und einen solchen Weg von Anfang an verfolgt haben. Für einige von ihnen war dies sogar die unverzichtbare Inspiration, die ihre Arbeit prägt. Planen ist schließlich ein Verb, dem die Zukunft naturgemäß innewohnt. Und deshalb ist es notwendig, mehr und verantwortungsvoller zu planen. Der Designer und das Unternehmen (Mutter und Vater eines Objekts), die für viele Entscheidungen verantwortlich sind, die den Werdegang eines Produkts bestimmen, denken darüber nach, wie es hergestellt werden soll. Von der Wahl der Materialien über die Gesamtwirtschaftlichkeit bis hin zum „aktiven Denken“, das einen Kreislauf für das Produkt von seiner Entstehung bis zu seinem Ende und nun möglicherweise bis zur Wiederverwendung vorsieht. Teilen und wiederverwenden, umdenken: Das ist es, was heute getan werden muss. Und dann handeln, denn es gibt keine Zeit mehr und vielleicht auch keine Wahl mehr. „Das Haus steht in Flammen“, behauptet Greta, und wir wissen es.

BIOGRAFIE

Die unabhängige Designkuratorin, Autorin und Beraterin Maria Cristina Didero hat mit Zeitschriften wie Domus, Vogue Italia, L’Uomo Vogue, Flash Art und Apartamento zusammengearbeitet und war von 2018 bis 2020 Chefredakteurin von ICON Design. Derzeit fungiert sie als Mailand-Redakteurin der Zeitschrift Wallpaper. Maria Cristina hat an zahlreichen Veröffentlichungen mitgewirkt und mit vielen Projekten zusammengearbeitet. Sie arbeitet international und kuratiert Ausstellungen für Institutionen, Messen und Designveranstaltungen.

14 Jahre lang war sie für das Vitra Design Museum tätig. Im Jahr 2021 war sie Teil des von Stefano Boeri ausgewählten Kuratorenteams, das für das öffentliche Programm des Salone del Mobile, Supersalone, verantwortlich war. 2022 wurde sie zur kuratorischen Leiterin der Messe Design Miami/ ernannt und präsentierte am MK&G in Hamburg ein Projekt mit dem Titel Ask Me If I Believe in the Future.

VERS UNE NOUVELLE MODERNITÉ
STEFANO SALIS

Modernité est un mot fascinant, par le simple fait de le prononcer, ou l'idée de l'articuler entre nos lèvres. La modernité séduit et comble nos sens: elle procure toujours une sensation très concrète de bien-être; elle nous rappelle que nous vivons notre époque avec enthousiasme mais aussi que nous pouvons la dépasser: en tant qu'acteurs. Le moderne s'oppose en effet à l'ancien ou au vieux et s'accompagne d'une notion de « jeunesse » des idées, et des résultats, qui sert à regarder au-delà de l'horizon du déjà connu. Elle maintient en permanence un sentiment positif. Pourtant, c'est précisément pour cette raison que ce mot doit être utilisé avec prudence. Elle n'est certainement pas une solution miracle, et ne tolère pas non plus le mensonge: bref, on ne peut faire semblant d'être moderne ou innovant. Soit on l'est vraiment, soit on ne l'est pas.

La modernité n'est pas un mot : c'est une attitude, une vision. Un projet d'envergure et de longue haleine ; un changement, collectif et individuel, qui s'opère en même temps qu'on le réalise. Il n'y a donc pas de chemins balisés, mais des expériences à faire, des voies à suivre avec la sensibilité (collective et individuelle) qui change, et avec des besoins différents que les époques exigent des personnes de talent et des usines qui sont chargées de les traduire en réalité. La modernité est culture, instrument de connaissance et de vie qui interroge sans cesse notre manière d'être.

La modernité se décline en un arc-en-ciel d'idées changeantes, qui visent à démentir les prophètes de malheur toujours prêts à prédire des catastrophes mais qui mettent aussi en lumière les voies qui se sont révélées erronées, et les rendent perfectibles. Plus encore: si l'on applique ce concept tel qu'il est aujourd'hui au monde du design, si l'on peut dire qu'il n'est plus durable de produire et de concevoir selon les anciennes règles, matières et idées - prenons simplement l'exemple du plastique malmené - de la même manière, l'on ne doit pas par ailleurs diaboliser les techniques et expressions qui, dans bien des cas (et c'était précisément le cas du plastique à l'échelle industrielle) ont permis à de larges couches de la population d'accéder finalement au bien-être et au confort - un héritage décisif du XXe siècle. Histoire du concept de modernité (en Italie notamment), une de ses déclinaisons précises dans le monde du design et un regard sur l'avenir qui nous attend: ce sont les trois lignes directrices qui vont suivre dans ces pages.

Des experts indiscutables en la matière comme Giuseppe Lupo, Deyan Sudjic, et Maria Christa Didero nous racontent, chacun avec sa perspective, dans des textes succincts mais précis, ce que signifie penser ces concepts, ils nous dessinent une carte du sens qui oriente notre prise de conscience. Si des mots comme bien-être, innovation, durabilité mais aussi incompréhension, malentendu, tourment, changement de cap s'immiscent dans ces textes, ils sont l'indicateur le plus évident de l'aspect critique posé par ce concept; et c'est le sel même de la discussion.

Pour ceux qui fabriquent, qui achètent, qui utilisent, qui expérimentent le design (et pas seulement le design), les objets du changement sont les sujets d'une nouvelle possibilité d'interprétation des rôles et des destins, ce mot ne semble pas trop grand. Car la modernisation n'est pas faite que de paris sur l'avenir, mais aussi de souvenirs et de passions. Du respect des choses bien faites, avec cette qualité et cet amour de ce qui est accompli, qui sont des valeurs intemporelles. De l'attention durable portée aux détails. De la conscience de s'entourer d'objets qui nous parlent de notre identité, et vont jusqu'à la rendre explicite. Bref, par être moderne, vivre « avec son temps », il n'a jamais été question d'avoir des gadgets technologiques de dernière génération, de se vanter de pouvoir profiter de découvertes scientifiques inimaginables il y a encore quelques décennies; il ne s'agit pas de vivre (faire semblant de vivre) en société car ce sont les règles que la mode nous impose. La modernité, c'est avoir une attitude de compréhension et d'empathie avec les choses dont nous nous entourons, dont nous avons besoin pour nous maintenir dans un environnement, le nôtre.

De nouveaux modes de vie vont assurément apparaître, et représentent une grande opportunité pour ceux qui sont aujourd'hui confrontés à la dimension d'une expérience sociale et culturelle qui doit trouver des solutions différentes à des problèmes nouveaux, et des solutions innovantes à des problèmes récurrents.

Un grand philosophe comme Zygmunt Bauman écrivait dans « Liquid Modernity » (œuvre non traduite en français): « On se sent libre dans la mesure où l'imagination ne dépasse pas les désirs réels et aucun d'eux ne surpasse la capacité d'agir ». Imaginaire, réalité, capacité d'agir, désir: nous évoluons au sein de ce nuage de mots avec la conscience que les limites d'hier sont les réalités d'aujourd'hui, et les possibilités de demain sont notre désir de concevoir inlassablement un nouveau lexique de mots, de choses, et même de personnes. Les rites d'une liturgie laïque qui parle à notre esprit de manière surprenante et fiable. La modernité n'est pas un objectif mais la prochaine étape du parcours.

UN FUTUR VU À TRAVERS LES YEUX DE TOUS.
GIUSEPPE LUPO

Aujourd'hui comme hier, quand on prononce le mot modernité, on pense immédiatement aux transformations économiques et sociales survenues au siècle dernier, dans les années 1940 et 1950, une époque où le passage d'une civilisation de la terre à une civilisation des machines a donné à l'Italie un visage industriel. Cet événement de dimension historique est le signe d'une discontinuité avec le passé et marque un point de non-retour, car avant même l'économie, les changements ont affecté les modèles de comportements des individus, le tissu anthropologique des familles et des groupes sociaux, jusqu'à l'idée de paysage urbain et de banlieue.

En effet, personne aujourd'hui ne repense au XXe siècle sans se poser les questions idéologiques qui ont surgi avec l'apparition de la technologie.

Nous ne connaissons pas la modernité mais ses reflets, nous mesurons ses effets
qui étaient présents aux yeux de tous et qui se concrétisaient dans la multiplication
des objets produits dans les usines, des éléments d'ameublement aux appareils
électroménagers, des automobiles aux vêtements. Ils sont les héritiers d'un ancien
savoir-faire artisanal que les usines ont su encourager et valoriser grâce au design,
créant ainsi ce style unique auquel on a conféré le label Made in Italy.

En un peu moins de quinze ans, l'Italie a su renouveler complètement son image dans le monde: d'une nation pauvre et vaincue, d'un pays d'émigrants elle est devenue le berceau de la douceur de vivre, une école d'élégance et de raffinement.

Un événement de cette ampleur, s'il a d'une part occasionné le déferlement de la consommation et l'affirmation d'une société de masse (deux phénomènes généralement pris pour cible par les hommes de culture), il a d'autre part comblé de satisfaction le quotidien d'un peuple qui n'avait jusqu'à l'après-guerre pas connu le concept de bien-être stable, mais vivait dans la précarité, pour ne pas dire l'indigence. Parler du XXe siècle équivaut donc à parler de modernité industrielle, avec tout ce que cette formule a signifié dans le domaine de la politique, de la culture, des langages philosophiques et économiques.

Le problème n'a pas été uniquement la consolidation rapide d'un stade technologique, inévitable et nécessaire pour une nation qui voulait se positionner sur l'échiquier occidental.

Ce fut la réaction au changement, tant chez les gens ordinaires que chez les élites intellectuelles, le sentiment de malaise, la rupture profonde avec l'ancien monde ainsi qu'une certaine méfiance à l'égard du nouveau. Les hommes de culture se sont emparés de ces problématiques et ont enregistré leurs fluctuations. C'est par exemple pour cette raison que la littérature qui a traité de ces sujets peut être lue comme le thermomètre d'une attitude, très souvent corrosive dans les résultats et sévère dans ses jugements, l'expression d'une anti-modernité (plutôt qu'une adhésion convaincue à la modernité) qui plongeait ses racines dans le substrat idéologique d'un siècle compliqué, voué à l'affrontement entre les modèles de société plutôt qu'au dialogue et à l'intégration.

C'est précisément ici que se niche une contradiction paradoxale. D'une part, le front des intellectuels a le plus souvent mal interprété les résultats de l'industrialisation en faisant une lecture sceptique ou négative, comme si la diffusion des biens de consommation était une erreur stratégique ou une forme d'obédience à la logique du capitalisme. D'autre part, grâce à l'usine qui mettait à disposition ses objets, les gens ordinaires - les familles d'ouvriers et d'employés, la petite et moyenne bourgeoisie - ont pu accéder à une qualité de vie supérieure, se sentir participer à quelque chose de beaucoup plus grand que leur destin personnel: un souffle nouveau se répandait à travers le monde et remplissait d'espoir les yeux de tous.

BIOGRAPHIE

Né en Lucanie, Giuseppe Lupo vit en Lombardie, où il enseigne la théorie et l'histoire de la modernité littéraire à l'université catholique du Sacré-Cœur de Milan. Il a remporté en 2018 le prix Viareggio avec « Gli anni del nostro incanto » et en 2011 le prix de la sélection Campiello avec « L'ultima sposa di Palmira ».

Il est l'auteur de nombreux autres romans, dont « L'americano di Celenne », « La carovana Zanardelli », « Viaggiatori di nuvole », « L'albero di stanze », « Breve storia del mio silenzio » e « Tabacco Clan » (2022). Il a publié plusieurs essais sur la culture au XXe siècle et la modernité industrielle. Son dernier livre est « La modernità malintesa » (2023). Il collabore aux pages culturelles du « Sole-24Ore ».

LA MODERNITÉ, C'EST COMPRENDRE COMMENT LA SOCIÉTÉ CHANGE.
DEYAN SUDJIC

Dans les années 60, Andy Warhol a renvoyé l'art moderne dans les livres d'histoire pour faire place à l'alternative moins idéologique de l'art contemporain. L'architecture moderne a été déclarée morte par le critique postmoderne Charles Jencks en 1972. Mais bien que les postmodernes se soient amusés à concevoir des hôtels pour Disney en forme de cygne géant et à utiliser du béton préfabriqué pour construire des immeubles H.L.M. parodiant la Colisée dans les banlieues parisiennes, nous n'avons pas su renoncer au concept de modernité.

D'une certaine manière, la croisade morale que constituait autrefois le modernisme a été remplacée par une nostalgie de cette certitude que représentait jadis le « moderne ». C'est une nostalgie que l'on peut observer dans la fascination que l'architecture brutaliste et le mobilier moderniste du milieu du XX^e siècle exercent sur une génération de hipsters. Nous pouvons en avoir une idée avec l'hommage rendu par Jony Ive, avec son projet pour Apple, aux appareils électroniques Braun de Dieter Rams, et avec l'importance que le travail des pionniers du modernisme, comme Jean Prouvé et George Nelson, continue d'avoir dans l'industrie du meuble.

Il n'est pas difficile de comprendre le charme d'un design qui résiste à l'épreuve du temps. Il y avait quelque chose de spécial dans les œuvres de Rams et celles de Charles et Ray Eames, quelque chose qui leur a permis de durer. Regardez l'architecture de la Eames House à Santa Monica, elle a été réalisée avec des composants industriels standardisés: elle semble aussi fraîche et neuve que le jour où elle a été achevée en 1949, contrairement à l'obsolescence programmée des appareils électroménagers (encore sur place) qu'ils n'avaient d'autre choix que d'utiliser.

Il y a un autre aspect, moins sentimental et peut-être plus important, dans l'attrait de la modernité. L'explosion des médias sociaux et l'adoption universelle du smartphone, lancé il y a tout juste seize ans par Steve Jobs, sont des phénomènes qui ont d'abord été dépeints comme des nouvelles étapes dans l'évolution de la modernité, alors qu'ils ont en fait eu pour conséquence imprévue de contribuer à renvoyer le monde à un état prémoderne. Twitter était censé donner davantage de pouvoir à l'individu et au contraire, l'application menace de nous ramener au Moyen Âge, avec ses intolérances attestées par le retour d'anciennes superstitions contre les vaccins et les préjugés contre les étrangers, malheureusement réapparus lors d'une nouvelle ère irrationnelle. Nous devons trouver de nouvelles façons d'utiliser la technologie, pour restaurer certaines des qualités et des libertés qui font partie intégrante de la modernité. Être moderne ne signifie pas choisir un style plutôt qu'un autre. Cela signifie trouver des moyens pour mettre la technologie au service des personnes. Cela signifie comprendre comment la société évolue. Cela implique de la recherche, des preuves tangibles, de la raison, de la compréhension. Terence Conran disait que le design, c'est de l'intelligence qui devient visible.

La technologie ne reste pas immobile. Autrefois, les chaises cantiliver avec leurs tubes d'acier représentaient la modernité. Buckminster Fuller se moquait à juste titre des modernistes de l'école Bauhaus parce qu'ils ne se préoccupaient que de ce qu'ils pouvaient voir dans leur monde, parce qu'ils concevaient les robinets sans se soucier des tuyaux et des ingénieurs qui les approvisionnaient en eau. Jusque dans les années 60, le critique anglais Reyner Banham prédisait un avenir dans lequel les meubles disparaîtraient complètement. À bien des égards, nous sommes à une époque où les objets se sont dématérialisés, comme il l'avait supposé. Nous devons chercher de nouvelles façons d'être modernes, et des façons modernes de trouver le confort que nous avons toujours recherché à travers nos biens matériels, cette capacité qu'ils ont d'être le miroir de nos vies et de nos souvenirs.

COMBINER MODERNITÉ ET DURABILITÉ.
MARIA CRISTINA DIDERO

Si je devais considérer la notion de modernité dans son acception actuelle, et sous un angle davantage adapté au futur, je dirais qu'il m'est possible d'affirmer sans crainte que la modernité est aujourd'hui synonyme de durabilité. La durabilité est synonyme de partage. Et partager, c'est travailler à l'unionis pour un monde meilleur. Pour tous.

Enjeu crucial de notre époque, décisif pour déterminer les actions futures, l'essence des propositions ici devront forger la conscience des producteurs et des consommateurs dans les années à venir, la durabilité semble être sur toutes les lèvres, mais les interventions concrètes semblent limitées, nos actions sont restreintes.

Même le monde du design ne peut et ne doit échapper à ces exigences. Projet, design, culture des personnes: aucun de ces aspects ne peut être étranger à la question. Il s'agit de réévaluer une notion large de sens qui investit dans son ensemble les formes et structures de production, les résultats esthétiques, les exigences du marché et une pensée consciente lors de l'achat. Bien sûr, la perception commune de la valeur d'un objet conçu aujourd'hui a déjà beaucoup changé par rapport au passé (quand le beau et le décoré dictaient leur loi et les considérations conceptuelles se limitaient le plus souvent à des évaluations esthétiques) mais avec la compréhension, la conscience, le fait de savoir que notre planète (et nous avec elle) a un sérieux problème, l'évaluation de la valeur d'un produit est radicalement modifiée. Des acheteurs plus responsables arrivent sur le marché: les entreprises doivent être en mesure de leur répondre.

Ce n'est pas seulement un problème éthique que les entreprises ont fini par affronter, certaines avant d'autres. C'est qu'il existe aujourd'hui dans le monde de la conception une demande réelle et attentive du public pour des produits respectant certaines normes, capables de certifier leur réelle qualité et de légitimer leur existence par des caractéristiques valorisantes: style, prix modique, résistance. Une nouvelle modernité durable. Et peut-être que l'heure est venue de dire que les entreprises l'ont compris. Elles ont compris qu'un produit sans a désormais une incidence substantielle « également » sur le succès commercial, les ventes, la notoriété, la capacité à attirer un public attentif. Les entrepreneurs les plus éclairés et avancés dans ce domaine ont d'abord compris puis assimilé la nécessité d'un changement radical. Non seulement dans la fabrication, mais aussi dans tous les secteurs de la chaîne de production. Tous les processus font l'objet d'une réflexion et d'un changement qui n'est pas de façade: ils font et doivent faire partie de l'ADN même de l'entreprise. Ils en sont le présent, souvent la continuation de son passé, et assurément les racines d'un avenir solide. D'autre part, l'industrie s'est non seulement souvent adaptée aux demandes du marché, parfois en précédant ses goûts et ses tendances en conscience, souvent en les dictant.

Dans le domaine du design, de nombreux designers, architectes, artistes et associations travaillent déjà dans ce sens et ont suivi cette voie dès le début de leur activité. Pour certains d'entre eux, ce fut même l'inspiration indispensable permettant de caractériser leur travail. D'ailleurs, concevoir est un verbe qui prévoit naturellement l'avenir. Et nous devons donc le faire de manière toujours plus responsable. Le designer et l'entreprise (le père et la mère d'un objet), responsables des nombreux choix qui définissent la trajectoire d'un produit, évaluent la manière de le fabriquer. Du choix des matériaux à la rentabilité globale, jusqu'à la « réflexion active » qui prévoit pour le produit un cycle allant de sa naissance à sa fin et maintenant, si possible, au recyclage. Partager et recycler, réutiliser, repenser :

voilà ce qu'il faut faire aujourd'hui. Et ensuite agir, parce que nous n'avons plus de temps et peut-être n'avons nous même plus le choix. « La maison est en feu », soutient Greta, et nous le savons.

136

137

HACIA UNA NUEVA MODERNIDAD. STEFANO SALIS

La modernidad es una palabra fascinante, incluso solo para decirla, o para tenerla rodando entre los labios en el pensamiento. Seduce y satisface los sentidos: siempre da una sensación de bienestar muy concreta; nos recuerda que vivimos nuestro tiempo con ilusión pero, también, que podemos superarlo: como protago-nistas. Moderno, en efecto, contrasta con antiguo o viejo y trae consigo una idea de «juventud» de ideas y resultados, que sirve para mirar más allá del horizonte de lo ya conocido. Mantiene constantemente una sensación positiva. Precisamente por esta razón, sin embargo, es una palabra que debe usarse con cautela Cierta-mente no es una panacea, ni tolera la falsedad: en definitiva, no se puede fingir ser moderno o innovador. O realmente se es, o no se es.

La modernidad no es una palabra: es una actitud, es una visión. Un proyecto de largo alcance y largo plazo; un cambio, colectivo e individual, que tiene lugar mientras se está realizando. No hay, pues, caminos marcados, sino experimentos por hacer, senderos que recorrer con las cambiantes sensibilidades (colectivas e individuales), y con las distintas exigencias que los tiempos plantean a las gentes de ingenio y a las fábricas encargadas de plasmarlas en la realidad.

La modernidad es cultura; instrumento del saber y del vivir que cuestiona continua-mente nuestra forma de ser.

La modernidad adopta la forma de un arco iris de ideas cambiantes, que pretenden desmentir a los agoreros siempre dispuestos a predecir catástrofes, pero también señalar los caminos que han demostrado ser erróneos y hacerlos perfecti-bles. Más: tal como está hoy, si llevamos el concepto al mundo del diseño, si se puede decir que ya no es sostenible producir y diseñar según viejos estándares, materiales e ideas, y tomemos el ejemplo de los maltratados plásticos - así, por otro lado, no se deben satanizar técnicas y expresiones que, en muchos casos (y fue pre-cisamente el del plástico a escala industrial), han permitido a grandes sectores de la población entrar finalmente en el bienestar y el confort: un legado decisivo del siglo XX. La historia del concepto de modernidad (en Italia en particular), su declive preciso en el mundo del diseño y una mirada al futuro que nos espera: estas son las tres líneas maestras que seguirán estas páginas.

Indudables expertos en el tema como Giuseppe Lupo, Deyan Sudjic y Maria Cristina Didero nos cuentan, cada uno con su perspectiva, en textos sucintos, pero precisos, qué significa reflexionar sobre estos conceptos, nos dibujan un mapa de sentido que orienta nuestra conciencia. Si palabras como bienestar, innovación, sostenibilidad, pero también malentendido, mala interpretación, giro, cambio de rumbo se cuelan en estos textos, son el indicador más claro de la criticidad que plantea el concepto; y es el propio salero de la discusión.

Para quien fabrica, para quien compra, para quien usa, para quien experi-menta el diseño (y no solo el diseño), los objetos de cambio son sujetos de una nueva posibilidad de interpretar roles y destinos, esto no parece una palabra dema-siado grande.

Porque la modernización no se compone solo de apuestas de futuro, sino también de recuerdos y pasiones. De respeto por las cosas bien hechas, con esa calidad y amor por lo realizado, que son valores atemporales.

De una atención duradera a los detalles De la conciencia de rodearnos de objetos que nos hablan de nuestra identidad: es más, la explicitan.

En definitiva, ser moderno, estar «dentro del tiempo», nunca ha sido una cuestión de disponer de artilugios tecnológicos de última generación, no es un alarde de poder disfrutar de descubrimientos científicos impensables hasta hace unas décadas, no es ser (falsamente) sociales porque esas son las reglas que nos impone la moda. Moderno es tener una actitud de comprensión y empatía con lo que nos rodea, con lo que se necesita para mantenernos en un contexto, el nuestro.

Nuevas formas de vivir, que seguramente llegarán, son la gran oportunidad que tienen quienes hoy se enfrentan a la dimensión de una experiencia social y cultural que debe encontrar soluciones diferentes a problemas nuevos, y soluciones innovadoras a problemas que se repiten.

Un gran filósofo como Zygmunt Bauman escribió en «Modernidad líquida»: «Uno se siente libre en la medida en que la imaginación no supera los deseos reales y ninguno de ellos supera la capacidad de actuar». Imaginación, realidad, capacidad de actuar, deseo: dentro de esta nube de palabras nos movemos con la conciencia de que los límites de ayer son las realidades de hoy, y las posibilidades de mañana son nuestro deseo de diseñar incansablemente un nuevo vocabulario de palabras, cosas e incluso personas. Los ritos de una liturgia secular que habla a nuestro espíritu de manera sorprendente y confiable. La modernidad no es una meta, sino el siguiente tramo del camino.

BIOGRAFÍA

Sardo de Sant'Antioco (1970) Stefano Salis ejerce como periodista en “Il Sole 24 Ore”, donde es responsable de la página de Comentarios. Trata regularmente temas de bibliofilia, edición, arte, diseño y literatura en el suplemento dominical. Ha realizado conferencias sobre estos temas por todo el mundo y ha impartido cursos universitarios de periodismo en la Universidad de Milán y en la Universidad Católica. Entre sus contribuciones en forma de libro cabe mencionar la edición (con Barnaba Fornasetti) del libro de Piero Fornasetti “Certi paraventì sono stati disegnati due volte” (Henry Beyle). Su último libro es “Sulla scacchiera” (editorial Franco Maria Ricci). Próximamente verá la luz la publicación “Un libro sulle pietre” de Roger Caillois (Franco Maria Ricci). Forma parte del comité de dirección de la revista FMR.

UN FUTURO VISTO CON LOS OJOS DE TODOS. GIUSEPPE LUPO

Cuando se pronuncia el término modernidad, hoy como ayer, inmediata-mente se piensa en las transformaciones económicas y sociales que se produjeron en el siglo pasado, entre las décadas de 1940 y 1950, época en la que el paso de la civilización de la tierra a la civilización de las máquinas dio a nuestro País un rostro industrial. Este acontecimiento, que tiene una dimensión epocal, es un signo de discontinuidad con el pasado, identifica un punto de no retorno, porque, antes incluso de afectar a la economía, los cambios han afectado a las pautas de comportamiento de los individuos, al tejido antropológico de las familias y los gru-pos sociales, incluso a la idea de paisaje urbano y de suburbio.

De hecho, nadie piensa hoy en el siglo XX sin las cuestiones ideológicas que han surgido con la irrupción de la tecnología. No conocemos la modernidad, sino sus reverberaciones, medimos los efectos que estaban allí a la vista de todos y se concretaron en la multiplicación de los objetos producidos en las fábricas –desde componentes de decoración hasta electrodomésticos, desde automóviles hasta ropa– hijos de un antiguo artesano saber hacer, que las fábricas han sabido fomentar y potenciar gracias al diseño, creando así ese estilo inconfundible al que se ha otorgado la etiqueta Made in Italy. En poco menos de quince años, Italia ha sabido renovar radicalmente su imagen de sí misma en el mundo: de nación pobre y derrotada, de patria de emigrantes a cuna de la buena vida, escuela de elegancia y refinamiento.

Un acontecimiento de esta magnitud, si por un lado ha provocado la expan-sión del consumo y la afirmación de una sociedad de masas (dos fenómenos generalmente perseguidos por los hombres de cultura), por otro ha satisfecho felizmente la vida cotidiana de un pueblo que hasta la posguerra no conoció el concepto de bienestar estable, por el contrario vivió en una condición de precarie-dad, por no hablar de pobreza.

Decir siglo XX, por tanto, equivale a decir modernidad industrial, con todo lo que esta fórmula tiene sentido en el campo de la política, la cultura, los lenguajes filosóficos y económicos. El problema no era solamente la rápida consolidación de un nivel tecnológico, inevitable y necesario para una nación que pretendía posicionarse dentro del tablero occidental.

Era la reacción al cambio tanto en la gente corriente como en las élites intelectuales, la sensación de malestar, la ruptura profunda con el viejo mundo y también cierta desconfianza hacia lo nuevo. Los hombres de cultura se han hecho cargo de estos temas y han registrado sus vaivenes, por lo que, por ejemplo, la literatura que ha tratado estos temas puede leerse como un termómetro de una actitud, las más de las veces corrosiva en los resultados y severa en sus juicios, expresión de una antimodernidad (más que una adhesión convencida a la modernidad) que hunde sus raíces en el sustrato ideológico de un siglo complicado, dedicado al choque de modelos de sociedad más que al diálogo y la integración.

Aquí yace una contradicción paradójica. Por un lado, el frente intelectual, que con frecuencia malinterpretó los resultados de la industrialización, dándoles una lectura escéptica o negativa, como si la propagación de los bienes de consumo fuera un error estratégico o una forma de obediencia a la lógica del capitalismo. Por otro lado, la gente común – familias de trabajadores y oficinistas, clase media y pequeña – a quienes la fábrica, al poner a disposición sus objetos, les brindaba la posibilidad de acceder a un nivel superior de calidad de vida, de sentirse parte de algo mucho más grande. Más grande que un solo destino: un soplo de aire fresco, que atravesó el mundo y llenó los ojos de todos con el futuro.

BIOGRAFÍA

Nacido en Lucania, Giuseppe Lupo reside en Lombardia donde imparte clases de “Teoría e historia de la modernidad literaria” en la Universidad Católica de Milán. En 2018 ganó el Premio Viareggio con “Gli anni del nostro incanto” y en 2011 el Premio Campiello con “L’ultima sposa di Palmira”.

Además de las obras mencionadas, es autor de numerosas novelas, entre ellas “L’americano di Celenne”, “La carovana Zanardelli”, “Viaggiatori di nuvole”, “L’albero di stanze”, “Breve storia del mio silenzio” y “Tabacco Cian” (2022). Ha publicado varios ensayos sobre la cultura del siglo XX y la época moderna industrial. Su último libro es “La modernità malintesa” (2023). Colabora en las páginas culturales de “Il Sole 24Ore”.

LA MODERNIDAD ES ENTENDER CÓMO CAMBIA LA SOCIEDAD. DEYAN SUDJIC

Andy Warhol, en los años 60, catapultó el arte moderno a los libros de historia para dar paso a la alternativa menos ideológica del arte contemporáneo.

La arquitectura moderna fue declarada muerta por el crítico posmodernista Charles Jencks en 1972. Pero mientras que los posmodernistas han disfrutado diseñando hoteles para Disney con la forma de un cisne gigante y usando hormigón prefabricado para construir viviendas de gran altura que parodiaban el Coliseo en los banlieues parisinos, no hemos podido abandonar el concepto de modernidad.

En cierto sentido, la cruzada moral que alguna vez representó el modernismo ha sido reemplazada por una nostalgia por la certeza que alguna vez representó lo «moderno». Es una nostalgia que podemos ver en la fascinación que la arquitectura brutalista y los muebles modernistas de mediados del siglo XX ejercen sobre una generación de hipsters. Podemos ver un reflejo de esto en el homenaje de Jony Ive a los electrodomésticos Braun de Dieter Rams en su diseño para Apple, y en la continua importancia del trabajo de pioneros modernistas como Jean Prouve y George Nelson en la industria del mueble.

No es difícil comprender el encanto de un diseño que resiste el paso del tiempo. Había algo especial en las obras de Rams y las de Charles y Ray Eames, algo que las hacía perdurar. Fíjate en la arquitectura de la Eames House de Santa Mónica, construida con componentes industriales estandarizados: parece tan fresca y nueva como el día en que se terminó de construir en 1949, a diferencia de la obsolescencia programada de los electrodomésticos de la cocina (aún en uso) para los que no tenían otra opción.

Hay otro aspecto menos sentimental y quizás más importante, el encanto de la modernidad. La explosión de las redes sociales y la adopción universal del teléfono inteligente, introducido hace solo dieciséis años por Steve Jobs, se descri-bieron inicialmente como nuevas etapas en la evolución de la modernidad y, en cambio, tuvieron la consecuencia no deseada de ayudar a empujar al mundo hacia un condición premoderna. Se suponía que Twitter daría más poder al individuo y, en cambio, amenaza con retrotraernos a la Edad Media, con sus intolerancias, presenciadas por el regreso de las antiguas supersticiones contra las vacunas y los prejuicios contra los extraños, lamentablemente reaparecidos en una nueva era de irracionalidad. Tenemos que encontrar nuevas formas de usar la tecnología, para restaurar algunas de las cualidades y libertades que son una parte esencial de la modernidad. Ser moderno no significa elegir un estilo por encima de otro. Significa encontrar formas de hacer que la tecnología funcione para las personas. Significa comprender cómo está cambiando la sociedad. Significa investigación, pruebas concretas, razón, comprensión. Terence Conran dijo que el diseño es la inteligencia que se hace visible.

La tecnología no se detiene. La modernidad consistía en sillas cantilever de tubo de acero. Buckminster Fuller se burló con razón de los modernistas de la escuela Bauhaus porque solo les preocupaba lo que podían ver en su mundo, porque diseñaban grifos sin importarles las tuberías y los ingenieros que les abastecían de agua. El crítico inglés Reyner Banham, ya en los años sesenta, predijo un futuro en el que los muebles desaparecerían por completo. En muchos sentidos, estamos en una era en la que los objetos se han desmaterializado, como él planteó. Debemos buscar nuevas formas de ser modernos, y formas modernas de encontrar la comodidad que siempre hemos buscado en nuestras posesiones físicas, esa capacidad que tienen de reflejar nuestra vida y nuestra memoria.

BIOGRAFÍA

Deyan Sudjic es crítico y escritor. Ha dirigido la revista Domus en Milán, ha sido director de la Bialn de Arquitectura de Venecia y ha comisariado exposiciones en Londres, Estambul, Copenhague y Seúl sobre temas que van desde Stanley Kubrick hasta Zaha Hadid o Paul Smith.

Su libro “The Language of Things” ha sido publicado en diez idiomas, incluido el italiano (“Il linguaggio delle cose”, Laterza 2009). Es el director de Anima, una nueva revista de diseño lanzada en abril de 2023.

COMBINA LA MODERNIDAD CON LA SOSTENIBILIDAD. MARIA CRISTINA DIDERO

Si tuviera que considerar la noción de modernidad según la acepción más actual, y más adecuada a una clave futura, diría que podría afirmar sin miedo que la moder-nidad hoy es sinónimo de sostenibilidad. La sostenibilidad es sinónimo de compartir. Y compartir significa trabajar al unísono por un mundo mejor. Para todo el mundo.

Cuestión crucial para nuestro tiempo, decisiva para determinar acciones futuras, sustancia de propuestas que deberán forjar la conciencia de productores y consumidores en los próximos años, la sostenibilidad parece estar en boca de todos, pero quizás las intervenciones concretas parecen limitadas, se actúa de forma limitada.

Ni siquiera el mundo del diseño puede ni debe escapar a estas exigencias. Proyecto, diseño, cultura de las personas: ninguno de estos aspectos puede ser ajeno a la cuestión: se trata de redefinir una noción amplia de sentido que englobe, en su conjunto, formas y estructuras de producción, resultados estéticos, exigencias del mercado y pensamiento consciente en la compra. Por supuesto: la percepción común del valor de un objeto diseñado hoy ya ha cambiado mucho con respecto al pasado (cuando lo bello y lo decorado dictaban la ley y las consideraciones conceptuales se limitaban en su mayoría a valoraciones estéticas), pero la sensibiliza-ción, la conciencia, saber que nuestro planeta (y nosotros con él) tiene un grave problema, hacen que la evaluación de la bondad de un producto cambie radical-mente. Están entrando en el mercado más compradores responsables: las empresas deben poder responderles.

No se trata solo de un problema ético que las empresas, unas antes y otras después, han acabado por plantearse. Y es que en el mundo del diseño existe hoy una demanda real y solícita por parte del público, de productos que respeten ciertos cánones, capaces de dar fe de su calidad real y de legitimar su existencia con características gratificantes: estilo, asequibilidad, resistencia. Una nueva moder-nidad sostenible. Y quizás sea el momento de decir que las empresas lo han entendido. Han entendido que un producto saludable ahora tiene un impacto sus-tancial «también» en el éxito comercial, las ventas, la reputación, la capacidad de atraer a un público atento. Los empresarios más ilustrados y avanzados en este campo primero entendieron y luego asimilaron la necesidad de un cambio radical. No solo en la producción, sino en todos los sectores de la cadena de producción. Todos los procesos son objeto de una reflexión y un cambio que no es una fachada: son y deben ser parte del ADN mismo de la empresa. Son su presente, muchas veces continúan su pasado, son ciertamente las raíces de un futuro sólido. Por otra parte, la industria no solo se ha adaptado a menudo a las exigencias del mercado, sino que en ocasiones se ha adelantado conscientemente a los gustos y tendencias, dictándoo-los a menudo.

En el campo del diseño, ya son numerosos los diseñadores, arquitectos, artistas y asociaciones que trabajan en esta dirección y que han seguido este camino desde el inicio de su andadura. Al contrario: para algunos de ellos, esta fue incluso la inspiración indispensable para caracterizar su obra. Al fin y al cabo, planificar es un verbo que naturalmente declina el futuro. Y, por tanto, debemos hacerlo cada vez con mayor responsabilidad. El diseñador y la empresa (madre y padre de un objeto), responsables de numerosas elecciones que definen la trayectoria de un producto, evalúan la forma de hacerlo. Desde la elección de los materiales hasta la rentabilidad global, hasta el «pensamiento activo» que prevé un ciclo para el producto que va desde su nacimiento hasta su fin y ahora, posiblemente, a la reutilización. Compartir y reutilizar, repensar: esto es lo que hay que hacer hoy. Y luego actuar, porque no hay más tiempo y tal vez ya no haya ni siquiera una opción. «La casa está en llamas», dice Greta, y lo sabemos.

BIOGRAFÍA

Curadora de diseño independiente, autora y consultora, Maria Cristina Didero ha colaborado en diversas revistas, como Domus, Vogue Italia, L’Uomo Vogue, Flash Art, Apartamento y ha ocupado el puesto de editora general de ICON Design de 2018 a 2020. Actualmente ocupa el cargo de editora en Milán de la revista Wallpaper. Maria Cristina ha contribuido a la edición de un gran número publicaciones y ha colaborado con numerosas empresas.

Trabaja a nivel internacional como comisaria de exposiciones para instituciones, ferias y eventos dedicados al diseño. Ha trabajado para Vitra Design Museum durante 14 años. En 2021 pasa a formar parte del equipo de comisariado elegido por Stefano Boeri, a cargo del programa público para la edición del Salone del Mobile, Supersalone, mientras que en 2022 es nombrada comisaria jefe de la feria Design Miami/. Ha presentado asimismo un proyecto en el MK&G de Hamburgo titulado “Ask Me If I Believe in the Future”.

НА ПУТИ К НОВОЙ СОВРЕМЕННОСТИ. СТЕФАНО САЛИС

Современность - это поистине чарующее слово, вне зависимости от того, произносите ли вы его вслух или оно лишь пронеслось в ваших мыслях и застыло на губах. Оно манит и пробуждает чувства, даря ощущение благополучия, оно напоминает нам о том, что мы живем в ритме своего времени, но в то же время можем превзойти его, поскольку играем главную роль. Все современное часто противопоставляется древнему или старому и несет в себе понятие «молодости» идей, предлагая заглянуть за горизонты уже извещанного, не утрачивая при этом ощущение постоянного оптимизма. Однако именно по этой причине данное слово следует использовать с осторожностью. Разумеется, это не панacea, а также здесь нет места лжи: притворяться современным или инновационным нельзя. Здесь все должно быть по-настоящему: либо да, либо нет.

Современность — это не слово: это отношение, это видение. Проект широкого и длинного пути, изменение, коллективное и индивидуальное, которое осуществляется по мере его реализации. Поэтому здесь нет проторенных дорог, но есть эксперименты, которые нужно провести, пути, которые нужно пройти с чувствительностью (коллективной и индивидуальной), которая постоянно мутирует, и с различными потребностями, которые время накладывает на людей разумных и на фабрики, которые берут на себя труд воплотить эти потребности в жизнь. Современность - это культура; инструмент познания и существования, который постоянно ставит под сомнение наш образ жизни. Современность превращается в радугу меняющихся идей, которые опровергают предсказания различных провидцев, пророчащих человечеству бедствия и несчастья, кроме того, эти идеи указывают на ошибочно выбранные пути и возможности для их совершенствования. Более того, как бы то ни было сегодня, если мы привнесем концепцию в мир дизайна, если можно сказать, что производство и проектирование в соответствии со старыми канонами, материалами и идеями уже не является устойчивым - давайте просто приведем как пример, повторно переработанный пластик – то, с другой стороны, получится, что не следует так уж демонизировать методы и способы, которые во многих случаях (если взять производство того же самого пластика в промышленных масштабах) позволили широким слоям населения, наконец, достичь благополучия и комфорта: это решительно можно называть наследием двадцатого века.

История концепции современности (в частности, в Италии), ее воплощение в дизайне и предвидение будущего, которое ожидает человечество: вот три главных принципа, которыми мы будем руководствоваться на этих страницах.

Бесспорные профессионалы своего дела - Джузеппе Лупо, Деян Суджич и Мария Кристина Дидеро - рассказывают нам, каждый со своей точки зрения, кратко и ёмко, какой смысл они вкладывают в эти понятия, они рисуют нам майннд-карту, которая ориентирует наше сознание. Если в их речи мы встретим такие слова, как "благополучие", "инновации", "устойчивое развитие", а также "непонимание", "недопонимание", "поворот", "изменение курса", то это будет наиболее очевидным маркером критичности, это и будет сама соль обсуждения.

Для тех, кто производит, кто покупает, кто потребляет, кто живет дизайном (и не только дизайном), объекты изменений являются воплощением возможности выбирать роли и судьбы. И пусть вам не кажется, что это слишком громкое слово. Потому что современность сделана не только из ставок на будущее, но и из наших воспоминаний и чувств. Из уважения к шедеврам прошлого, ко всем вещам, изготовленным качественно и с любовью, ко всему тому, что было создано прежде и рано или поздно перейдет в разряд вечных ценностей. Из больших объектов и мельчайших деталей, которые нас окружают. В этот момент мы осознаем, что окружены объектами, которые характеризуют нашу личность: они отражают наш внутренний мир.

Короче говоря, "быть современным", "быть во времени" никогда не означало обладать технологическими новинками или гаджетами последнего поколения. Это не тщеславная заносчивость от того, что мы можем наслаждаться плодами научных открытий, которые ещё несколько десятилетий назад были немыслимы. Это не означает быть в тренде, который охватывает социум. Это всего лишь правила, которые диктует нам нынешняя мода. Современность - это отношение понимания и сочувствия к тому, чем мы себя окружаем, к тому, что нужно, чтобы заставить нас оставаться в нашем собственном уникальном "контексте".

Перспективы новой жизни, которая грядет в будущем - это уникальные возможности для совершенствования, которые открываются тем, кто сегодня сталкивается с необходимостью измерения социального и культурного опыта, кому предстоит найти различные решения новых задач и предложить свежие, инновационные решения уже знакомых проблем, которые повторяются циклически с течением времени.

Великий философ Зигмунт Бауман в своей книге "Текучесть современности", утверждал: "Человек чувствует себя свободным до такой степени, что воображение не превосходит реальных желаний и ни одно из них не превосходит способность действовать". Воображение, реальность, способность действовать, желание: внутри этого облака слов мы движемся с осознанием того, что мыслимые пределы дня вчерашнего являются реалиями дня сегодняшнего; а возможности завтрашнего дня – это наше желание неустанно создавать новый словарь слов, вещей, идей. Новая светская культура удивительным и неоспоримым образом трансформирует наше сознание. Современность - это не веха на нашем пути, а его часть, которую нам предстоит пройти.

БЮГРАФИЯ Стефано Салис родился в Сардо Ди Сант’Антиоко в 1970 г. Это известный журналист, сотрудник ежедневной газеты "Il Sole 24 Ore", в которой отвечает за оформление и содержание страницы комментариев. В воскресном приложении он регулярно курирует разделы, посвященные библиофилии, издательскому делу, искусству, дизайну и литературе. Им были организованы многочисленные конференции по данной проблематике во многих странах мира; кроме того, С. Салис в качестве преподавателя читал курс журналистики в Миланском университете и в Католическом университете. Следует отметить и его вклад в современную литературу: совместно с Барнабой Форназетти он принял участие в подготовке издания книги «Некоторые ширмы были нарисованы дважды», посвященной работам знаменитого итальянского декоратора Пьеро Форназетти (издательство Henry Beyle). Его последняя собственная книга - «На шахматной доске» - вышла в издательстве Franco Maria Ricci. В ближайшем будущем из печати выйдет книга о камнях Роджера Кайлуа (издательство Franco Maria Ricci). Кроме того, Стефано Салис состоит в редакционной коллегии журнала FMR.

БУДУЩЕЕ, В КОТОРОЕ МОЖЕТ ЗАГЛЯНУТЬ КАЖДЫЙ. ДЖУЗЕППЕ ЛУПО

Когда мы слышим слово «современность», мысль сразу же обращается к экономическим и социальным преобразованиям, произошедшим в прошлом веке. Речь идет о периоде 1940-50-х годов, когда переход от аграрной цивилизации к цивилизации машин заставил Италию обрести промышленное лицо. Этот переход стал событием эпохального масштаба, которое явило собой разрыв с прошлым, оно определило точку невозврата, потому что еще до того, как начали происходить изменения в экономике, изменились модели поведения людей, модели формирования семей и социальных групп, и даже идеи оформления городского и пригородного ландшафта.

На самом деле никто не вспоминает сегодня XX век, как лишенный идеологических проблем, возникших с прорывом технологий. Мы не знаем, что представляет собой современность, но видим ее проявления; мы измеряем визуальный эффект от материальных объектов, производимых на фабриках – от мебельных компонентов до бытовой техники, от автомобилей до одежды – все это наследие древних ремесленных традиций, которые современные фабрики смогли продолжить и переосмыслить, создавая тот самый уникальный дизайн и неповторимый стиль, что ассоциируется у нас со словами Made in Italy. Менее чем за пятнадцать лет Италия смогла радикально изменить свой имидж в мире: из бедной и побежденной нации, родины эмигрантов она превратилась в колыбель благополучия, образец элегантности и утонченности.

Хотя событие такого масштаба, с одной стороны, привело к безудержному потреблению и формированию в обществе массового сознания [эти два явления обычно особенно отмечают людьми высокой культуры], с другой стороны, оно позволило осчастливить и удовлетворить повседневные потребности людей, которые до послевоенного периода не знали благополучия, и жили в извечном состоянии нестабильности, если не сказать в бедности. Таким образом, сказать "двадцатый век" - это все равно, что сказать "индустриальная современность", подразумевая все оттенки значения в области политики, культуры, философии и экономики, которые включает в себя эта формулировка.

Проблема заключалась не только в стремительном взлете технологического прогресса, неизбежного и необходимого для нации, намеревавшейся занять достойное место в западном мире. Проблему представляла собой реакция на перемены в жизни людей, от рабочего класса до интеллектуальных элит, возникавшее у них ощущение дискомфорта, глубокого разрыва со старым миром, а также некоторое недоверие к новому. Представители интеллигенции взяли на себя осмысление этих проблем и зафиксировали колебания в восприятии нового, поэтому в литературе, посвященной данной проблематике, отразился весь спектр отношения людей к происходившим событиям. Чаще всего оно было неодобрительным, суждения были резки и выражали неприятие модернизма (то есть, современности). Корни такого отношения таились в сложном идеологическом наполнении бурного XX века, на протяжении которого чаще происходили столкновения различных моделей поведения общества, не оставлявшие места диалогу и интеграции.

Именно здесь скрывается парадоксальное противоречие. По разные стороны баррикад оказались две группы современников: с одной стороны - фронт интеллектуалов, которые чаще всего превратно истолковывали результаты индустриализации, давая им скептическое или негативное прочтение, как будто распространение потребительских товаров было стратегической ошибкой или формой подчинения логике капитализма. С другой стороны - простые люди - семьи рабочих и служащих, мелкая и средняя буржуазия, – которым фабрики, предоставляя свои изделия, давали возможность получить доступ к более высокому уровню жизни, позволяли почувствовать себя причастными к чему-то гораздо большему, чем отдельная судьба. Это было как глоток нового воздуха, который наполнял собой мир, приоткрывая для каждого человека завесу над будущим.

Современность- это понимание того, как меняется общество. Деян Суджич

В 60-е годы благодаря Энди Уорхоллу искусство модернизма оказалось стало частью истории, освобождая место менее идеологическому современному искусству. В 1972 году известным критиком постмодернизма Чарльзом Дженксом модернистская архитектура была объявлена мертвой. Но даже несмотря на то, что постмодернистам нравилось проектировать отели для Диснея в форме гигантского лебеда и использовать бетон для строительства многоквартирных домов, которые пародировали Колизей в парижских кварталах, мы не смогли отказаться от понятия современности.

С определенной точки зрения, на смену моральному крестовому походу, который когда-то возглавлял модернизм, пришла ностальгия по той уверенности, которую он в себе заключал. Это та самое щемящее чувство, что охватывает поколение хипстеров при взгляде на брутальные линии архитектуры и модернистского декора середины двадцатого века. Мы видим отражение этой ностальгии в почтительном отношении Джони Айва к приборам Браун, созданным Дитером Рамсом, в его проекте для Apple, и в важности, которую по сей день продолжает иметь работа пионеров модернизма, таких как Жан Прув и Джордж Нельсон, на мебельную индустрию.

Нетрудно понять, в чем состоит привлекательность дизайна, который неподвластен времени. В работах Рамса и в творениях Чарльза и Рэя есть что-то особенное, что обеспечивает им бессмертие. Посмотрите на архитектурный облик здания Eames House в Санта-Монике, выполненного из стандартных промышленных компонентов: оно выглядит таким же свежим и новым, как и в день окончания постройки в 1949 году, в отличие от неизбежно устаревших кухонных приборов того времени (которые, кстати, тоже до сих пор находятся на своем первоначальном месте).

Есть у очарования современности еще один секрет, возможно, менее сентиментальный, но, пожалуй, более важный. Взрыв социальных сетей и всеобщее распространение смартфонов, первый из которых был представлен всего шестнадцать лет назад Стивом Джобсом, первоначально были расценены как новые вехи в эволюции современности. Однако вместо этого они привели к неожиданным последствиям, вернув мир к домодернистскому состоянию. Твиттер должен был дать больше власти человеку, но вместо этого угрожает вернуть нас в Средневековье, с его нетерпимостью, о чем свидетельствует возвращение древних суеверий против вакцин и предубеждений против сторонних; к сожалению, это возврат в эпоху иррациональности. Мы должны найти новые способы использования технологий, восстановить некоторые качества и свободы, которые являются неотъемлемой частью современности. Быть современным не означает выбор одного стиля вместо другого. Это означает поиск способов поставить технологии на службу людям. Это означает понимание того, как меняется общество. Это означает исследование, веские доказательства, разум, понимание. Теренс Конран заявлял, что дизайн - это интеллект, который становится видимым.

Технология не остается неподвижной. Современностью когда-то считались консольные стулья из трубчатой стали. Бакминстер Фуллер справедливо дразнил модернистов в школе Баухаус, потому что они заботились только о том, что они могут видеть в своем мире, потому что они рисовали краны, не заботясь о трубах и инженерах, которые снабжали их водой. Английский критик Рейнер Банхэм, еще в 1960-е годы предсказывал будущее, в котором мебель полностью исчезнет. Во многих отношениях мы уже находимся в той эпохе, когда объекты дематериализуются, как он предполагал. Мы должны искать новые способы быть современными, и новые способы найти комфорт, который мы всегда искали в нашей собственности, в способности предметов отражать нашу жизнь и нашу память.

БЮГРАФИЯ Джузеппе Лупо, уроженец Лукании, в настоящее время проживает в Ломбардии, где преподает теорию и историю литературной современности в Католическом университете Милана. В 2018 году его книга «Годы нашего очарования» завоевала престижную литературную премию Виареджо, а в 2011 году за написание книги «Последняя невеста Пальмиры» он был награжден премией Selezione Campiello, которая ежегодно вручается пяти лучшим авторам года. Помимо вышеупомянутых произведений, он является автором ряда других романов, в том числе, «Американец из Селенны», «Караван Занарделли», «Облачные путешественники», «Дерево комнат», «Краткая история моего молчания» и «Табачный клан» (2022). Также им были опубликованы несколько эссе о культуре XX века и промышленной современности. Его последняя книга - «Недопонятая современность» (2023). В качестве приглашенного сотрудника ведет рубрику, посвященную культуре, на страницах ежедневной газеты "Il Sole 24 Ore".

СОВРЕМЕННОСТЬ- ЭТО ПОНИМАНИЕ ТОГО, КАК МЕНЯЕТСЯ ОБЩЕСТВО. ДЕЯН СУДЖИЧ

В 60-е годы благодаря Энди Уорхоллу искусство модернизма оказалось стало частью истории, освобождая место менее идеологическому современному искусству. В 1972 году известным критиком постмодернизма Чарльзом Дженксом модернистская архитектура была объявлена мертвой. Но даже несмотря на то, что постмодернистам нравилось проектировать отели для Диснея в форме гигантского лебеда и использовать бетон для строительства многоквартирных домов, которые пародировали Колизей в парижских кварталах, мы не смогли отказаться от понятия современности.

С определенной точки зрения, на смену моральному крестовому походу, который когда-то возглавлял модернизм, пришла ностальгия по той уверенности, которую он в себе заключал. Это та самое щемящее чувство, что охватывает поколение хипстеров при взгляде на брутальные линии архитектуры и модернистского декора середины двадцатого века. Мы видим отражение этой ностальгии в почтительном отношении Джони Айва к приборам Браун, созданным Дитером Рамсом, в его проекте для Apple, и в важности, которую по сей день продолжает иметь работа пионеров модернизма, таких как Жан Прув и Джордж Нельсон, на мебельную индустрию.

Нетрудно понять, в чем состоит привлекательность дизайна, который неподвластен времени. В работах Рамса и в творениях Чарльза и Рэя есть что-то особенное, что обеспечивает им бессмертие. Посмотрите на архитектурный облик здания Eames House в Санта-Монике, выполненного из стандартных промышленных компонентов: оно выглядит таким же свежим и новым, как и в день окончания постройки в 1949 году, в отличие от неизбежно устаревших кухонных приборов того времени (которые, кстати, тоже до сих пор находятся на своем первоначальном месте).

Есть у очарования современности еще один секрет, возможно, менее сентиментальный, но, пожалуй, более важный. Взрыв социальных сетей и всеобщее распространение смартфонов, первый из которых был представлен всего шестнадцать лет назад Стивом Джобсом, первоначально были расценены как новые вехи в эволюции современности. Однако вместо этого они привели к неожиданным последствиям, вернув мир к домодернистскому состоянию. Твиттер должен был дать больше власти человеку, но вместо этого угрожает вернуть нас в Средневековье, с его нетерпимостью, о чем свидетельствует возвращение древних суеверий против вакцин и предубеждений против сторонних; к сожалению, это возврат в эпоху иррациональности. Мы должны найти новые способы использования технологий, восстановить некоторые качества и свободы, которые являются неотъемлемой частью современности. Быть современным не означает выбор одного стиля вместо другого. Это означает поиск способов поставить технологии на службу людям. Это означает понимание того, как меняется общество. Это означает исследование, веские доказательства, разум, понимание. Теренс Конран заявлял, что дизайн - это интеллект, который становится видимым.

Технология не остается неподвижной. Современностью когда-то считались консольные стулья из трубчатой стали. Бакминстер Фуллер справедливо дразнил модернистов в школе Баухаус, потому что они заботились только о том, что они могут видеть в своем мире, потому что они рисовали краны, не заботясь о трубах и инженерах, которые снабжали их водой. Английский критик Рейнер Банхэм, еще в 1960-е годы предсказывал будущее, в котором мебель полностью исчезнет. Во многих отношениях мы уже находимся в той эпохе, когда объекты дематериализуются, как он предполагал. Мы должны искать новые способы быть современными, и новые способы найти комфорт, который мы всегда искали в нашей собственности, в способности предметов отражать нашу жизнь и нашу память.

Современность- это понимание того, как меняется общество. Деян Суджич

В 60-е годы благодаря Энди Уорхоллу искусство модернизма оказалось стало частью истории, освобождая место менее идеологическому современному искусству. В 1972 году известным критиком постмодернизма Чарльзом Дженксом модернистская архитектура была объявлена мертвой. Но даже несмотря на то, что постмодернистам нравилось проектировать отели для Диснея в форме гигантского лебеда и использовать бетон для строительства многоквартирных домов, которые пародировали Колизей в парижских кварталах, мы не смогли отказаться от понятия современности.

С определенной точки зрения, на смену моральному крестовому походу, который когда-то возглавлял модернизм, пришла ностальгия по той уверенности, которую он в себе заключал. Это та самое щемящее чувство, что охватывает поколение хипстеров при взгляде на брутальные линии архитектуры и модернистского декора середины двадцатого века. Мы видим отражение этой ностальгии в почтительном отношении Джони Айва к приборам Браун, созданным Дитером Рамсом, в его проекте для Apple, и в важности, которую по сей день продолжает иметь работа пионеров модернизма, таких как Жан Прув и Джордж Нельсон, на мебельную индустрию.

Нетрудно понять, в чем состоит привлекательность дизайна, который неподвластен времени. В работах Рамса и в творениях Чарльза и Рэя есть что-то особенное, что обеспечивает им бессмертие. Посмотрите на архитектурный облик здания Eames House в Санта-Монике, выполненного из стандартных промышленных компонентов: оно выглядит таким же свежим и новым, как и в день окончания постройки в 1949 году, в отличие от неизбежно устаревших кухонных приборов того времени (которые, кстати, тоже до сих пор находятся на своем первоначальном месте).

Есть у очарования современности еще один секрет, возможно, менее сентиментальный, но, пожалуй, более важный. Взрыв социальных сетей и всеобщее распространение смартфонов, первый из которых был представлен всего шестнадцать лет назад Стивом Джобсом, первоначально были расценены как новые вехи в эволюции современности. Однако вместо этого они привели к неожиданным последствиям, вернув мир к домодернистскому состоянию. Твиттер должен был дать больше власти человеку, но вместо этого угрожает вернуть нас в Средневековье, с его нетерпимостью, о чем свидетельствует возвращение древних суеверий против вакцин и предубеждений против сторонних; к сожалению, это возврат в эпоху иррациональности. Мы должны найти новые способы использования технологий, восстановить некоторые качества и свободы, которые являются неотъемлемой частью современности. Быть современным не означает выбор одного стиля вместо другого. Это означает поиск способов поставить технологии на службу людям. Это означает понимание того, как меняется общество. Это означает исследование, веские доказательства, разум, понимание. Теренс Конран заявлял, что дизайн - это интеллект, который становится видимым.

Технология не остается неподвижной. Современностью когда-то считались консольные стулья из трубчатой стали. Бакминстер Фуллер справедливо дразнил модернистов в школе Баухаус, потому что они заботились только о том, что они могут видеть в своем мире, потому что они рисовали краны, не заботясь о трубах и инженерах, которые снабжали их водой. Английский критик Рейнер Банхэм, еще в 1960-е годы предсказывал будущее, в котором мебель полностью исчезнет. Во многих отношениях мы уже находимся в той эпохе, когда объекты дематериализуются, как он предполагал. Мы должны искать новые способы быть современными, и новые способы найти комфорт, который мы всегда искали в нашей собственности, в способности предметов отражать нашу жизнь и нашу память.

БЮГРАФИЯ Деян Суджич - критик и писатель. В прошлом возглавлял редакцию журнала Domus в Милане, был директором Венецианской архитектурной биеннале и курировал выставки в Лондоне, Стамбуле, Копенгагене и Сеуле, посвященные различной проблематике, от Стэнли Кубрика до Захи Хадид и Пола Смита. Его книга "Язык вещей" была опубликована на десяти языках, включая итальянский (Il Language delle cose, издательство Laterza, 2009 г.). Он является главным редактором журнала Anima, нового дизайнерского издания, увидевшего свет в апреле 2023 года.

СОВРЕМЕННОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ. МАРИЯ КРИСТИНА ДИДЕРО

Если бы мне довелось рассматривать понятие современности в соответствии с самой современной его трактовкой, звучащей в ключе будущего, я бы без страха заявила о том, что современность сегодня является синонимом устойчивого развития. Устойчивое развитие является синонимом совместного использования. А совместное использование, в свою очередь, означает работать в унисон, чтобы сделать мир лучше. Для всех.

Это ключевая тема нашего времени, ей принадлежит решающая роль в планировании наших будущих действий, она представляет собой суть товарного предложения, которому предстоит формировать сознание производителей и потребителей грядущих лет. Сейчас устойчивое развитие, кажется, у всех на устах, но, возможно, конкретные действия кажутся немногочисленными.

Даже мир дизайна не может и не должен избегать вовлеченности в этот контекст. Проектирование, дизайн, культура людей: ни один из этих аспектов не может быть чужд данной тематике: речь идет о переосмыслении понятия с обширным значением, которое включает формы и структуры производства, эстетические результаты, требования рынка и сознательное решение о покупке. Ясно одно: общее восприятие ценности объекта, изображаемого сегодня, уже сильно изменилось по сравнению с прошлым (когда все красивое и приукрашенное диктовало правила, а концептуальные соображения ограничивались, в основном, эстетическими оценками). Однако осознание, сознание, знание того, что наша планета (и мы вместе с ней) имеет серьезную проблему, предполагает, что оценка возможного вреда или пользы продукта радикально изменилась. На рынке появляются все более ответственные покупатели, и на их запросы компании должны уметь реагировать.

Это не просто этический вопрос, который компании-производители – кто-то раньше, а кто-то позже – наконец-то, стали задавать себе. Это показатель того, что в мире проектирования сегодня существует реальный и придирчивый спрос со стороны общественности на продукты, воплощающие уважение к определенным канонам, способным подтвердить их реальное качество и узаконить их существование в соответствии с преимальными характеристиками: стиль, экономичность, выносlichkeit. Такова новая современность в духе устойчивого развития. И, возможно, пришло время сказать, что компании это осознают. Они уже поняли, что здоровый продукт в настоящее время существенно влияет «даже» на коммерческий успех, продажи, репутацию, способность привлекать взыскательную аудиторию. Самые образованные и продвинутые предприниматели в этой области с самого начала поняли и усвоили потребность в радикальных изменениях, не только в производстве, но и на всех участках производственной цепочки. Все процессы представляют собой предмет для размышлений и изменений, которые не являются лишь фасадными декорациями: они делают и должны быть частью ДНК, воплощающей все ценности самого предприятия. Они олицетворяют настоящее, при этом они часто продолжают прошлое, и, безусловно, являются корнями основательного будущего. С другой стороны, промышленность не только часто приспособлялась к требованиям, которые продвигает рынок; иногда она с полным осознанием происходящего предчувствовала вкусы и тенденции будущего, и нередко сама диктовала актуальные тренды.

В мире дизайна уже есть многочисленные дизайнеры, архитекторы, художники и ассоциации, которые работают в данном направлении и которые с самого начала своей деятельности выбрали такой путь. Более того, для некоторых из них это было даже неперемнным вдохновением и особенной отличительной чертой их творений. «Разрабатывать дизайн» в этом смысле означало выполнять особое действие, естественным образом направленное в будущее. Поэтому нужно делать это все более ответственно. Дизайнер и компания-производитель (словом мать и отец конкретного изделия), на пути анализа многочисленных вариантов, определяющих траекторию создания финального продукта, всегда оценивают способ воплощения своей идеи. От выбора материалов и общей стоимости вплоть до "активного мышления", когда с самого начала создателями продуман жизненный цикл для продукта, который начинается в момент «рождения» изделия и продолжается до его конца, которым может стать не только утилизация, но и повторное использование. Обмен и повторное использование, использование по-новому, переосмысление – вот что нужно провозглашать сегодня. И, разумеется, действовать, потому что времени больше нет, и, возможно, нет даже выбора. «Наш дом в огне», - утверждает Грета Тунберг, и мы сами это знаем.

Современность- это понимание того, как меняется общество. Деян Суджич

В 60-е годы благодаря Энди Уорхоллу искусство модернизма оказалось стало частью истории, освобождая место менее идеологическому современному искусству. В 1972 году известным критиком постмодернизма Чарльзом Дженксом модернистская архитектура была объявлена мертвой. Но даже несмотря на то, что постмодернистам нравилось проектировать отели для Диснея в форме гигантского лебеда и использовать бетон для строительства многоквартирных домов, которые пародировали Колизей в парижских кварталах, мы не смогли отказаться от понятия современности.

С определенной точки зрения, на смену моральному крестовому походу, который когда-то возглавлял модернизм, пришла ностальгия по той уверенности, которую он в себе заключал. Это та самое щемящее чувство, что охватывает поколение хипстеров при взгляде на брутальные линии архитектуры и модернистского декора середины двадцатого века. Мы видим отражение этой ностальгии в почтительном отношении Джони Айва к приборам Браун, созданным Дитером Рамсом, в его проекте для Apple, и в важности, которую по сей день продолжает иметь работа пионеров модернизма, таких как Жан Прув и Джордж Нельсон, на мебельную индустрию.

Нетрудно понять, в чем состоит привлекательность дизайна, который неподвластен времени. В работах Рамса и в творениях Чарльза и Рэя есть что-то особенное, что обеспечивает им бессмертие. Посмотрите на архитектурный облик здания Eames House в Санта-Монике, выполненного из стандартных промышленных компонентов: оно выглядит таким же свежим и новым, как и в день окончания постройки в 1949 году, в отличие от неизбежно устаревших кухонных приборов того времени (которые, кстати, тоже до сих пор находятся на своем первоначальном месте).

БЮГРАФИЯ Независимый куратор в области дизайна, автор литературных трудов и консультант Мария Кристина Дидеро на протяжении своей карьеры сотрудничала с такими журналами, как Domus, Vogue Italia, L'Uomo Vogue, Flash Art, Apartamento, а также была одним из редакторов ICON Design с 2018 по 2020 год. В настоящее время она занимает пост редактора журнала Wallpaper magazine в Милане. Мария Кристина внесла свой вклад в публикацию различных изданий и сотрудничала со многими компаниями. Кроме того, она известна и на международном уровне, поскольку часто выступает куратором тематических выставок, ярмарок и мероприятий, посвященных дизайну. Она проработала 14 лет в Музее дизайна Vitra. В 2021 году входила в состав команды экспертов, приглашенных Стефано Боери, и отвечала за программу проведения выставки Supersalone в рамках Миланского мебельного салона, а в 2022 году была назначена главным куратором выставки Design Miami. Кроме того, в 2022 году она представила собственный проект на выставке Mk&G в Гамбурге под названием «Спроси меня, верю ли я в будущее» (Ask Me If I Believe in the Future).

迈向新的现代性

史特凡诺·萨里斯（Stefano Salis）

现代性这个词很迷人，光听发音，或只是让它在思想中徘徊还没说出口，就令人着迷。它诱惑并满足着意识：它总是给予一种非常具体的适宜感；它提醒我们，我们冲动地度过我们自己的时间，但，其实，我们也可以超越它：以主角的身分。现代，确实地，与古早或老旧对立，并自带一种「新颖」思维的理念与成果，让我们超越已知的地平线。它始终，保持着一种正向积极的感觉。但是，正因如此，它也是一个需要谨慎使用的词语。它肯定不是一帖万应灵药，也无法容忍虚饰：简言之，它不能假装是现代化的或是创新的。要么它得真的就是，要么它就不是。

现代性不是一个词语：是一种态度，是一种愿景。一个影响深远又路途长远的项目：一个在实现期间由集体与个人完成的项目。没有任何已经带有指示标志的道路，所以，需要进行实验，需要以不断变化的敏感性（集体和个人）去经历，并随着时代的不同需求——时代对人才与工厂的要求，也就是负责将事物转译为现实的一切——来加以实现。

现代性与文化：不断质疑我们存在方式的知识与生活工具。现代性在变幻思想的彩虹中宣示，致力地反驳总预测不幸危害的末日论者，却也强调出那些已被证实是错误的途径，让一切变的更完善。不只如此，就如同现今，若我们将这个概念带入设计的世界中，我们可以发现，假设说得按旧标准、材料和想法来生产和设计，已是不再有可持续性的做法——让我们就以处理不当的塑料为例——那么，另一个方面，也不应妖魔化相关技术和表达方式，因为在许多情况下（正因为工业化生产塑料），这些做法已经让大部分人终于获得福祉和舒适：一种二十世纪的决定性资产。

现代性的概念史（尤其在意大利），就以它在设计领域中的精确释义，以及展望等待我们未来的方面来说：是以下这些将会接着进入史页中的三个指导方针。关于这个议题，无需置疑的专家，如朱塞佩·卢伯（Giuseppe Lupo）、德扬·苏季奇（Deyan Sudjic）与玛丽亚·克里斯汀娜·迪蝶罗（Maria Cristina Didero），将以他们的视角，通过简明扼要的文字，为我们说明思考这些概念的真实意义，为我们绘制引领我们意识的地图。如果诸如福祉、创新、可持续性，但也包括不理解、误解、突破、转向等词语悄然地出现在这些文本当中，它们就是构成主旨概念的关键性指标：是讨论主题的精华。对生产者、对购买者、对使用者、对为设计而活（当然不仅限于设计）的人来说，变革性的物品是一种诠释角色与命运的全新可能，虽然好像不是这么一回事，但这真的是个非常重要的关键词。因为现代化不只是对未来的一种赌注，也是一种记忆，一种激情。必须尊重精心打造的物品，因为其中所注入的质量与爱情，就是永恒的价值观。对细节的持久呵护。我们应该意识到，我们周围的物品对我们谈论着我们的身份，或者其实应该说，它们明确传达出我们的身分。总之，身为现代人、身处「时间之中」的我们，问题不是在于拥有最新一代的技术产品、不是吹嘘能够享用几十年前不可想象的科学发现，也不是热衷于（假装的）社交，因为这些只是流行强加给我们的规则。现代是一种我们对周围事物带着理解与同理心的态度，是我们身处在环境中（我们的环境）所需的一切。

新的生活方式，是当今面对社会与文化体验层面的人们的绝大机会，他们必须为新问题找到不同的解决方案，并为将重复出现的问题找到创新解答。伟大哲学家齐格蒙·鲍曼（Zygmunt Bauman）在《液态现代性》书中写道：「我们在想象没有超过真实欲望，而且两者都不超过行动能力的程度中感到自由。」想象、真实、行动能力、欲望：在这些词语云雾中，我们带着昨天的限制就是今天的现实的意识前进，而明天的可能性就是我们孜孜不倦地去着手设计的新词语字典、东西，也包括人们的意愿。世俗的仪式以令人惊讶又可信的方式与我们的心灵说话。现代性不是一个里程终点，是下一段路程。

人物介绍

"史特凡诺·萨里斯（Stefano Salis），1970年出生于撒丁岛圣安提克市，意大利《Il Sole 24 Ore》日报记者，评论专栏负责人。他定期地在周日副刊中，报导关于藏书、出版、艺术、设计与文学等专题。也在世界各地发表关于这些主题的演讲，并在米兰大学和意大利卡托利卡大学教授大学新闻学课程。在出版书籍领域中也提供了许多贡献，包括：与巴纳巴·佛纳塞迪（Barnaba Fornasetti）共同编辑的《Piero Fornasetti. Certi paraventi sono stati disegnati due volte》（Henry Beyle出版）。最后一本已出版的著作是《Sulla scacchiera》（Franco Maria Ricci出版）。即将发行的新书主题与罗杰·凯卢瓦Roger Cailliois《石头记》相关（Franco Maria Ricci出版）。是FMR杂志的编委会成员。相片出处Ferdinando Scianna."

众人眼中看到的未来

朱塞佩·卢伯（Giuseppe Lupo）

当我们提到现代性这个词的时候，今日犹如过往，我们会立刻想到上个世纪发生的经济和社会变革，介于四十与五十年代之间，那个从土地文明到机械文明的过渡时代，那个让我们国家获得了工业化面貌的时期。这种具有划时代意义的事件，是与过往中断延续、定下一个无返临界点的象征，因为在影响经济之前，一切变化都已经影响了个人的行为模式，改变了家庭和社会群体的人类学结构，甚至也改变了城市景观和郊区的概念。

确实，没有人，再去回想二十世纪没有因为科技入侵而出现意识形态的问题。我们不了解现代性，但知道它给的反响，我们衡量着大家都看到的效果，并具体化地在工厂倍增量产物品——从家具组件到电器、从汽车到服饰——，古老工艺的工匠后代，由于工厂懂得赞赏并通过设计凸显价值，创造了被赋予意大利制造标签的无可混淆风格。在短短十五年左右，意大利成功地彻底更新了自我在全世界眼中的形象：从贫穷的战败国家，到移民圣地、美好生活、优雅与精致品味的摇篮。

在这种程度的转变下，如果一方面它引发了疯狂消费以及在大众社会中展现自己的现象（文化人通常针对的两种现象），另一方面却也以日常满足的幸福弥补了截至战后都不了解舒适稳定概念的人民，当时的他们生活在朝不保夕，更别说是贫困的条件中。说起二十世纪，也就是，等同说着工业现代性，这个公式中有着政治、文化、哲学和经济语言领域的所有含义。

问题的所在不只是科技水平的迅速巩固，因为对一个想立足在西方棋盘中的国家来说，这是无法避免和必要的。而是普通民众和知识精英对变化的反应，不安感、与旧世界之间的大鸿沟以及对新事物的某种不信任。文化人接下了这个问题并记录了其中的波动，这也就是为什么、举例来说，关于这些主题的文学可以被解读成一种态度的温度计，大多数的结果都极具侵蚀性，而判断都非常严厉，这种反现代性的表达（相较于信服现代性）将根基深植在一个基于复杂世纪的意识形态中，它挑起社会模式之间的冲突，而不是对话和融合。

就是这里藏匿着矛盾。一方面，知识分子阵线经常曲解工业化的结果，对它抱持怀疑态度或负面解读，仿佛普及消费是一种战略错误或是一种服从资本主义的逻辑。另一方面，对普通民众——工人与雇员家庭，中小阶层——而言，因为工厂普遍提供可以提升生活质量的物品，民众因此觉得自己正在参与比个人命运更大的事：一股清新的空气，穿越世界并在众人的眼中填满未来。

现代性是理解社会如何改变

德扬·苏季奇（Deyan Sudjic）

安迪·沃霍尔（Andy Warhol），在60年代，将现代艺术推入史册之中，使现代艺术以较少意识形态的理念，取得了替代当代艺术的地位。于1972年，后现代主义评论家查尔斯·詹克斯（Charles Jencks）宣称，现代建筑已死。但是，就算后现代主义者开心地为迪斯尼乐园设计了超大天鹅度假酒店，使用了混凝土预制件在巴黎郊区建造恶搞模仿斗兽场的社会住宅，我们依旧没能放弃现代性的概念。

从特定角度来看，现代主义曾经代表的道德运动，已经被曾经代表「现代」确定性的怀旧情所取代。是一种可以从一代嬉普士对粗野主义建筑和二十世纪中叶现代主义家具的迷恋中观察到的怀旧之情。这些相关反映，我们可以从乔尼·伊夫（Jonny Ive）在他为Apple设计的产品中，向迪特·拉姆斯（Dieter Rams）的 Braun电器致敬，以及现代主义先驱如基恩·普鲁夫（Jean Prouve）和乔治·纳尔逊（George Nelson）在家具业中持续拥有重要地位中看到。

关于经得起时间考验的设计的魅力，其实是不难理解的。在拉姆斯（Rams）以及伊姆斯夫妇（Charles & Ray Eames）的作品中，的确是有某些东西——某些让这些设计经久耐考验的东西。看看在美国圣莫尼卡，采用标准化工业组件建造的伊姆斯住宅（Eames House）：看起来就像1949年完工时那么新、那么清淨，不同于那些依然在现场，当时别无选择所使用老旧程序厨房电器。关于现代性的魅力，还有另一个不带那么多情感，但或许是更重要的一面。社交媒体的爆发与普遍使用智能手机——由史蒂夫·乔布斯（Steve Jobs）在16年前才刚推出的。刚开始，这些被描述成现代性演变的新阶段，但其实它们造成了不是预期的后果，也就是让世界倒回了前现代的状态。「推特」本应给个人带来更大的力量，但却成了带我们回到中古世纪的威胁，它因为见证古老迷信而反对疫苗、因为偏见而抗拒陌生人等多种不宽容态度，都不幸地在一个非理性的新时代中——重现。我们必须找到使用科技的新方式，以便重拾某些现代性本质部分的质量与自由。跟上现代，并不表示选择一种风格而非另一种。它代表着去寻找一种将科技用在服务人们的方式。代表着去理解社会正如何改变。代表着研究、具体证据、理由、理解力。特伦斯·考伦（Terence Conran）曾说过，设计是变得可见的智慧。

科技不会停滞不前。现代性曾经是钢管悬臂椅。巴克敏斯特·富勒（Buckminster Fuller）曾经，正确地，嘲笑了包豪斯学校学派的现代主义者，因为他们只关心他们世界中能看到的，他们设计水龙头但毫不在乎管道与为他们供水的工程师。在还是60年代的时候，英国评论家雷纳·班纳姆（Reyner Banham）曾预测一个家具完全消失的未来。在许多方面，正如他假设的那样，我们正处在一个物品都被非物质化的时代。我们必须寻找一种成为现代人的新模式，以及一种可以让我们一直在追寻的物质财产中找到舒适感的现代化方式，一种可以反映我们生活与我们记忆的能力。

人物介绍

德扬·苏季奇（Deyan Sudjic），评论家兼作家。曾任米兰《Domus》杂志编辑、担任威尼斯建筑双年展总监、曾在伦敦、伊斯坦布尔、哥本哈根和首尔策划关于斯坦利·库布里克（Stanley Kubrick）、扎哈·哈迪德（Zaha Hadid）与保罗·史密斯（Paul Smith）等大师主题的展览。他的《The Language of Things》一书，共发行10种语文，其中包括意大利文版：《Il linguaggio delle cose》，Laterza出版社，2009年。目前是《Anima》杂志社社长，是一本于2023年四月新发行的设计杂志。

现代性与可持续性相结合

玛丽亚·克里斯汀娜·迪蝶罗（Maria Cristina Didero）

如果我必需依据目前的含义来考虑现代性的概念，并让它更适合关键性的未来，我认为我可以大胆地说，今日的现代性是可持续性的同义词。可持续性 is 共享的同义词。而共享的意思 is 齐心协力打造更美好的世界。为了所有人。

这个议题是我们这个时代的关键，未来行动的决定性因素，提案的内容必需铸造生产者和消费者的良知，可持续性似乎是每个人嘴边都在说的事，但也许具体的实行措施依旧是有限的，仅以缩减的方式起作用。

就连设计领域也不能或应该逃避这个要求。项目、设计、人的文化：没有任何一点可以与这个问题无关：它涉及了重新制定出更广泛意义的概念，就整体来说，应涵盖生产的形式和结构、美观成果、市场需求和有意识性的购买思维。当然：今日对一件设计物品的价值认知已与往日（当美与装饰制定着规则，并且概念性的考虑大多局限在审美评价）非常不同，但当我们的意识、良知、认知开始了解我们的星球（还有我们与它）有严重问题的时候，那就会使得我们对产品好坏的评价产生根本性的改变。更负责任的买家开始进入市场：对他们来说供应的企业必须拥有应对的能力。

这不仅仅是个道德问题，所有企业将，先先后后地，终于走到自问的阶段。因为在当今的设计世界中，大众开始重视并要求产品必需符合某些标准、要能够证明真实的质量，而且也必需合乎以下值得被肯定的特征：风格、经济性、耐用性。一种新的可持续性现代性。或许，现在是时候可以说，企业已经了解了这一点。他们已经明白，一项健康的产品已经（也）与业务和销售成功、相关声誉和吸引细心群众的能力有了实质性的关联。在这个领域中，最开明和最先进的企业家已经先理解并吸收了彻底变革的必要性。不仅只限于生产，而是生产链中的所有领域。整个流程就是反思与变革的主角，而不是只有表面的：它们与公司就是同一个DNA，是属于其中的一部分。这些是当今，通常也延续着过往，当然也是坚实未来的根基。另一方面，这些工业、企业不仅只是去适应市场的要求；有时他们也会因为意识、品味与趋势而率先地主动提出并实现相关事宜。在设计领域中，已经有无数的设计师、建筑师、艺术家与协会开始朝向这个方向执行，他们也从一开始就持续地在这条路上前进。应该说：他们其中的一些人，已经甚至将这个理念当作自我工作与灵感的必不可缺的要素。毕竟，设计（规划）是一个动词，自然会推翻未来的。因此必须始终以负责任的模式去执行。设计师与企业（一件物品的母亲与父亲），必须为许多抉择负责，因为他们定义着产品的轨迹，评估着制造物品的方式。从材料的选择到整体成本，再到「主动思考」去预期产品的生命周期，也就是产品从诞生到消亡以及现在，可能也需要考虑，它可能再利用的特质。共享与再利用、重新使用、重新思考：这些就是当今必须做的事。然后，付诸行动。因为没有没有时间，或者可能也已经没得选择了。就像瑞典少女葛莉塔（Greta）说的：「我们的房子着火了」；其实，我们都知道。

Collection designed by Giuseppe Bavuso.

MODERN STORIES
Creative direction and graphic design: Juma
Photo: Federico Cedrone
Styling: Simona Silenzi Studio with Gaia Marchesini, Giordano Sarno

Thanks to:
Ames, Amini Carpets, aponteboretti, Astep, B&B Italia, Bitossi Ceramiche, Carl Hansen & Son, Carnaby, Davide Groppi, Dedar, Dep Art Gallery, Emil, Etel, Flos, Fontanaarte, Fpm Milano, Gan Rugs, Gardeco, Giacomelli Giardini, GREEN MLA Selection, Gruppo Meregalli, Grôpk Ceramics, Kasthall, Kn Industrie, Knoll, Lanerossi, Living Divani, Lorenz, Luceplan, Lumina, Maxalto, Nemo Lighting, Noorstad, Noorth, Phantom Hands, Pierre Frey, Pholc, Rains, Santa&Cole, Secolo, Tacchini, Unurgent Argilla, Up To You Anthology, Vitra.

Artworks:
P. 88 Wolfram Ullrich, O.T. Weiß, 1996, Dep Art Gallery

Films and print: Optima
Printed in Italy, April 2023

RIMADESIO SPA
Via Furlanelli 96
20833 Giussano (MB) Italy
T +39 0362 3171
rimadesio@rimadesio.it

MILANO FLAGSHIP STORE
Via Visconti di Modrone 26
20122 Milano Italy
T +39 02 76280708
milano@rimadesio.it

LONDON FLAGSHIP STORE
83-85, Wigmore street
1WU 1DL London
T +44 2074 862193
london@rimadesio.co.uk

NEW YORK FLAGSHIP STORE
102 Madison Ave
New York, NY 10016
T +1 917 388 2650
usa@rimadesio.us

www.rimadesio.it

ITALY SHOWROOM:
Milano, Roma, Genova, Torino, Como, Parma, Firenze, Palermo, Catania, Cosenza, Salerno.

WORLDWIDE SHOWROOM:
Ahmedabad, Bangalore, Bangkok, Barcelona, Beijing, Beirut, Bern, Bilbao, Bogotá, Bruxelles, Bucharest, Cape Town, Casablanca, Changchun, Changzhou, Chengdu, Chicago, Dalian, Dongguan, Frankfurt, Genève, Guangzhou, Hefei, Hangzhou, Hamburg, Hong Kong, Houston, Hyderabad, Istanbul, Kiev, Kuwait City, Leiden (Amsterdam), Loulé (Algarve), Lucerne, Madrid, Manila, Marbella, Melbourne, Mexico City, Miami, Moraira, Moscow, Munich, Murcia, New Delhi, New York, Nice, Nicosia, Ningbo, Odessa, Oxford, Pamplona, Riyad, Saint Petersburg, Seoul, Shanghai, Shenzhen, Singapore, Stockholm, Suzhou, Sydney, Taipei, Valencia, Vigo, Wenzhou, Wien, Wuhan, Wuxi, Zhengzhou.

AWARDS		
1993	Siparium	Young & Design
2000	Zenit	Award KBB
2001	Zenit	selection Design Index ADI
2002	Siparium	Top100 Frames
2005	Graphis	selection Design Index ADI
2007	Vela	selection Design Index ADI
2008	Vela	mention XXI Premio Compasso d'Oro ADI
2015	Wind	winner Red Dot Award
2016	Cover	Best Furniture System AZ Award
2016	Alambra	selection Design Index ADI
2017	Sail	selection Design Index ADI
2017	Soho	Architectural products AZ awards
2017	Daimon	Interior Design Magazine Best of Year awards
2020	Modulor	People's Choice winner AZ Awards
2020	Modulor	Architectural Products Award of Merit AZ Awards
2020	Modulor	selection Design Index ADI
2021	Francis	selection Design Index ADI
2021	Modulor	LivingEtc Style Awards
2022	Maxi	selection ADI Design Index
2022	Aliante	finalist Interior's best of the Year awards
2022	Aliante	finalist A+Product awards
2023	Maxi	winner German Design Awards

MODELLI DEPOSITATI E BREVETTATI/PATENTED:
Radius, Aliante, Maxi, Sail, Soho, Velaria, Stripe, Daimon, Graphis, Siparium, Zen, Zen frame, Moon, Vela, Luxor, Even, Aura, Spin, Link+, Planet, Flat, Alambra, Abacus living, Self, Cover, Zenit, Dress bold e Abacus.

MARCHI REGISTRATI/REGISTERED TRADEMARKS:
Rimadesio, Ecolorsystem, Litech, Siparium, Velaria, Abacus.



Follow us on Facebook, Instagram, WeChat.

