

Meno è meno, più è più

Da Luciano Cassisi

È ora di mandare in pensione al motto quasi centenario “less is more”.

Cosa è meglio nel design: il barocco, l'elaborato, il complesso? o la semplicità e l'austerità? La risposta del designer industriale e architetto tedesco Ludwig Mies van der Rohe fu: “less is more”.¹ Questo famoso motto è riuscito ad insediare, fin dai primi decenni del ventesimo secolo, l'idea che le cose semplici siano meglio delle cose complesse, che gli ornamenti siano sempre di troppo. A quasi un secolo da quando i progettisti - di molte aree - abbiamo adottato il suddetto motto moderno, è curioso che continuiamo a ripeterlo anche quando la nostra stessa realtà quotidiana dimostra la sua falsità.

Gli ornamenti e il complesso fanno parte delle produzioni umane probabilmente tanto quanto l'austero e la semplicità. Faccia lei la prova. Scelga qualsiasi spazio che ha nelle vicinanze e ne faccia un inventario di quante cose sono semplici e di quante sono complesse, e si chieda se le ultime potrebbero davvero migliorare se fossero come le prime.

Le “massime”, gli slogan, le idee dogmatiche, in certi momenti possono essere utili per combattere altri dogmi installati in precedenza. Per esempio, ai tempi di van der Rohe, del Bauhaus, il dogma prevalente imponeva il prosperare. Lo slogan “less is more” rappresentava un forte colpo per lo stile dei creatori del tempo e serviva a rimuoverli dal recinto in cui si trovavano. Ha dato origine a una nuova estetica, dogmatica come la precedente, e in totale consonanza con la nuova necessità di programmare l'obsolescenza e il rinnovamento degli oggetti imposti dal sistema economico che iniziava a insediarsi nel mondo: l'economia del consumo dei prodotti industrializzati.

Sebbene lo slogan “less is more” sia stato molto utile per molti anni, nel tempo trascorso le professioni dedicate al design si sono evolute molto. I designer non lavorano più ciecamente. Abbiamo conoscenze verificate a valle di un'infinità di progetti realizzati per più di un secolo. Prima di iniziare il lavoro definiamo con il cliente un programma delle specifiche e univoche esigenze per ogni progetto, ciò che determina, tra varie cose, quando è conveniente la semplicità e quando invece la complessità, con totale indipendenza degli slogan, di dogmi e *markettari*.

È tempo di mettere lo slogan “less is more” sullo scaffale dei ricordi, dal momento che la sua funzione di innalzamento della coscienza non è più necessaria, anzi arriva addirittura in eccesso. È tempo di abbandonare il senso figurato e dare alle parole il significato che hanno: “meno è meno” e “più è più”.

La domanda è così semplice che tutti noi la conosciamo: quando è necessario di meno, si disegna in modo più semplice, più austero, e quando è necessario di più, si disegna in modo

più complesso e con più particolari. Se fosse necessario avere uno slogan che abbia un nesso con il precedente, questo potrebbe essere: “meno quando è più conveniente di meno, più quando è più conveniente di più”.

Un'apostille

Ogni volta che sto per pubblicare un articolo, lo commento prima con gli amici. In questo caso particolare, trovo molto interessante condividere ciò che mi ha scritto sull'articolo Norberto Chaves: “il problema con i dogmi correttivi è che presto perdono il loro carattere correttivo e rimangono come dogmi”. Mi ha anche ricordato una frase di Thomas Henry Huxley che ha citato nel suo libro *Desafueros*: “Il destino comune delle nuove verità è di iniziare come eresie e finire come superstizioni”.

Pubblicato su 04/09/2020

-
1. L'espressione “less is more” è spesso attribuita a Ludwig Mies van der Rohe, che è colui che l'ha resa famosa, ma la vera paternità è del poeta tedesco Christoph Martin Wieland (1733-1813). Indipendentemente dal creatore dello slogan, c'è chi crede che il significato che di solito viene dato a questa frase non corrisponda pienamente a quello che van der Rohe voleva dargli. In realtà, la sua opera architettonica non è affatto semplice. Al contrario, incorpora ai suoi tempi delle complessità temporali che non sono percepite a prima vista e molto meno cento anni dopo. Il suo "less is more" non si è concentrato sull'estetica spogliata, ma sull'ottimizzazione dell'uso di materiali e strutture per ottenere benefici in termini di prestazioni, economia, comfort, ecc.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/it/articoli/meno-e-meno-piu-e-piu>

