

https://www.repubblica.it/dossier/design/design/2021/02/01/news/memphis_40_anni_di_kitsch_ed_eleganza-285304145/amp/

Memphis: quarant'anni di kitsch ed eleganza



Il gruppo Memphis in posa su Tawaraya Ring del designer Masanori Umeda per Memphis Milano, 1981. Foto di Studio Azzurro, con la gentile concessione di Memphis Milano www.memphis-milano.com

Il Vitra Design Museum celebra il 40esimo anniversario della comparsa di uno dei movimenti più influenti del design, tra oggetti pop, anarchici ed estremamente comunicativi

[GUARDA LA GALLERY](#)

di FRANCESCA GUGLIOTTA

01 Febbraio, 2021

È la sera dell'11 dicembre 1980: nel soggiorno di Ettore Sottsass si riunisce un gruppo di designer. Un disco suona ripetutamente il brano "*Stuck Inside of Mobile with the Memphis Blues Again*" di Bob Dylan: nasce il movimento **Memphis**, con riferimento all'antica capitale dei faraoni egizi e alla città natale di Aretha Franklin ed Elvis Presley in Tennessee. Un movimento non strutturato, un esperimento più che un movimento; tra i protagonisti, oltre al mentore **Ettore Sottsass** e alla moglie **Barbara Radice**, i designer **Aldo Cibic**, **Matteo Thun**, **Marco Zanini**, **Martine Bedin**, **Michele De Lucchi**, **Nathalie Du Pasquier**, **George Sowden**, **Ernesto Gismondi**, presidente di Artemide di recente scomparso, a cui si aggiungono molti altri, come Alessandro Mendini, Andrea

Branzi, Michael Graves, Hans Hollein, Arata Isozaki, Shiro Kuramata e Javier Mariscal. **Nel settembre 1981 Memphis esordisce con la sua prima collezione**, 55 pezzi presentati a Milano, in occasione del Salone del mobile, il 19 settembre 1981 nello showroom Arc '74 di Brunella e Mario Godani in Corso Europa 2. «Quindi adesso raccontiamo **il 40esimo anniversario** della comparsa di uno dei fenomeni di design più influenti degli ultimi decenni», racconta **Mateo Kries, direttore del Vitra Design Museum** e curatore della mostra ***Memphis: 40 Years of Kitsch and Elegance*** dal 6 febbraio al 23 gennaio 2022 alla Vitra Design Museum Gallery. «Il sottotitolo *Kitsch and Elegance* cattura la tensione che ha caratterizzato la filosofia e il design del gruppo Memphis», continua il curatore. «Da un lato, **Memphis voleva infrangere le regole del cosiddetto buon gusto**, e ha giocato con elementi di kitsch, cultura pop, pubblicità, culture non occidentali, per citare solo alcune delle influenze molto eterogenee. D'altra parte, le opere di Memphis erano tutt'altro che casuali o semplicemente anarchiche, erano composte meticolosamente e **il risultato era un nuovo tipo di eleganza**, un'eleganza tagliente, come si potrebbe dire. Non l'eleganza modernista del vetro e dell'acciaio, ma un'eleganza postmoderna che rispecchiava il mondo dei media, della globalizzazione, un po' come nella moda, dove eleganza e provocazione non sono mai state viste come oppositori, ma due facce della stessa cosa».



Karl Lagerfeld nel suo appartamento di Monte Carlo arredato Memphis, 1982 © Photo: Jacques Schumacher / VG Bild-Kunst, Bonn 2021

Il gruppo Memphis, nonostante la sua breve esistenza, dal 1981 al 1987, ha rivoluzionato la storia del design, con colori vivaci e disegni che sembrano usciti dalle pagine dei fumetti: «Un evento davvero sorprendente per quegli anni. **Quando la prima collezione fu presentata a Milano**, c'era una folla enorme davanti alla galleria, e ci fu un immediato clamore internazionale per la radicalità

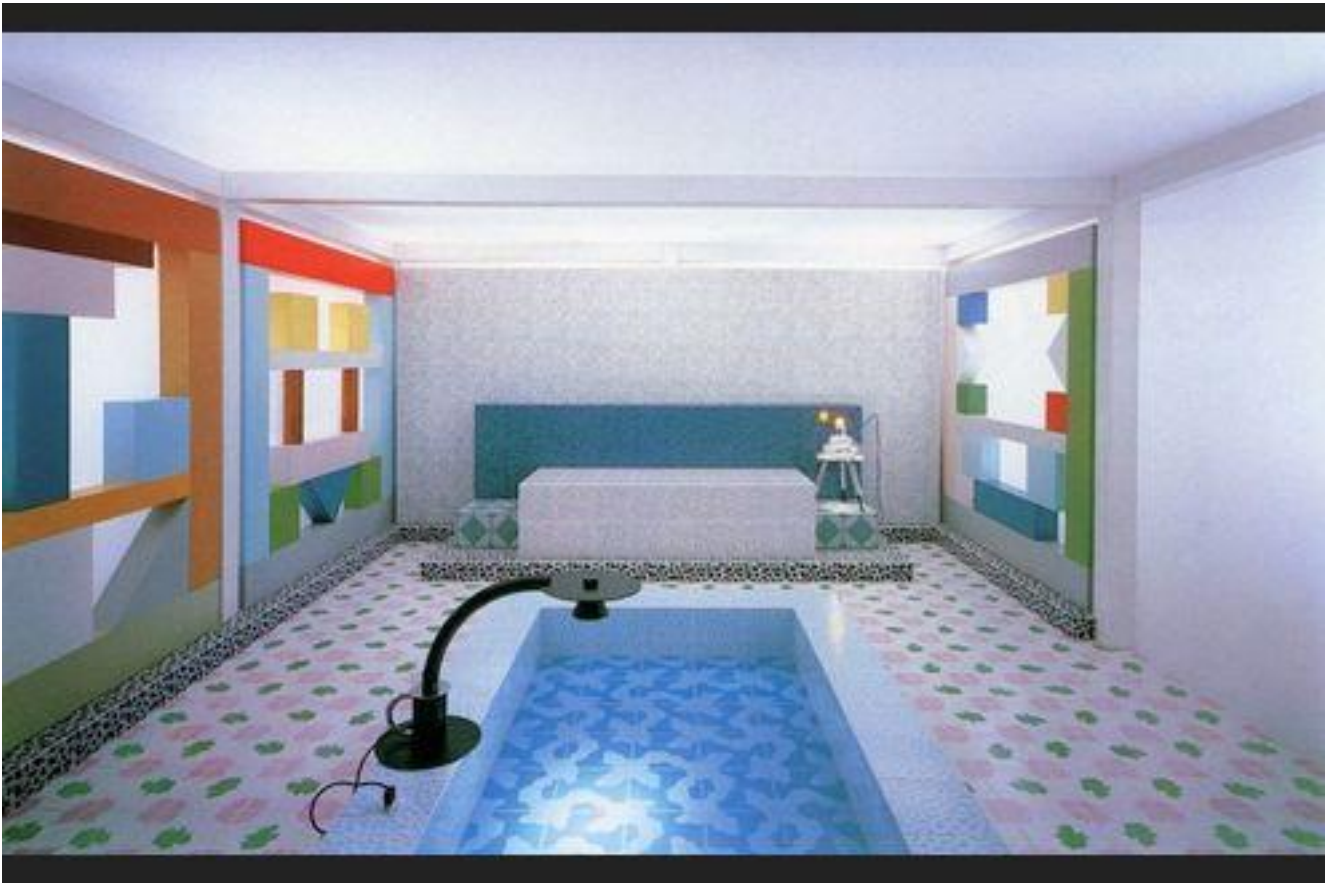
di questo nuovo approccio progettuale, come il successo immediato di una nuova canzone pop». Colori, fantasia, ma non solo: «**Memphis riflette lo spirito degli anni Ottanta**, si è lasciato alle spalle le tendenze politicizzate degli anni Sessanta e Settanta e ha celebrato uno stile di vita più edonistico. **È stato il primo movimento di design a riflettere davvero l'influenza rivoluzionaria dei media elettronici sul design**, riconoscendo che in un'epoca di comunicazione visiva, gli oggetti sarebbero stati più percepiti come segni di comunicazione, **quindi il designer doveva progettare il loro messaggio**. Anche se Memphis voleva superare il dogma del Modernismo, questo non era contro il funzionalismo: hanno semplicemente riconosciuto che **il messaggio di un oggetto è anche una parte della sua funzione**. Questa idea, che potrebbe essere definita la "svolta celebre" nel design, ha avuto un'enorme influenza sul design da allora, poiché ha liberato i designer dalla semplice funzione di progettazione: **si tratta di narrazione**».



L'appartamento di Karl Lagerfeld a Monte Carlo arredato Memphis, 1982 © Jacques Schumacher / VG Bild- Kunst, Bonn 2021

Un'esplosione di cromie, pattern e forme fantastiche, molto di più che una semplice evasione o protesta, come continua il curatore: «**Memphis voleva creare un design che non fosse isolato in una torre d'avorio**, ma che riflettesse il mondo veloce e talvolta contraddittorio del suo tempo. Un mondo di globalizzazione, di cultura visiva, un mondo in cui non esiste più il confine tra alta cultura e cultura popolare, un mondo di pubblicità e consumismo». I motivi avevano anche un ulteriore significato: «Riflettevano l'importanza che i designer di Memphis volevano dare alla superficie di un oggetto, **per loro la superficie di un oggetto agiva come lo schermo di una tv o di un computer, serviva per comunicare un messaggio**. E allo stesso tempo, così facendo, Memphis ha riportato la nozione di **ornamento nel design**. Il design modernista è sempre stato rigorosamente contrario all'ornamento, come condensato nel famoso testo di Adolf Loos *Ornamento e*

crimine. Memphis ha dimostrato che un ornamento o un motivo può anche essere qualcosa di molto progressivo, devi solo reinventarlo e farlo sembrare di nuovo fresco. E questo è quello che hanno fatto con il loro pensiero rivoluzionario sulla superficie di un oggetto e i collegamenti alla teoria dei media che hanno stabilito. Visto da oggi, questo sembra molto visionario: immaginate che **nel 1981 eravamo solo all'inizio dell'era dei computer, ma Memphis si rese conto che questa nuova era avrebbe rivoluzionato anche il design**, che sarebbe diventato molto più incentrato su immagini e storie».



I 40 anni di Memphis in mostra

Tantissimi gli oggetti in mostra, dalla scultorea libreria **Beverly di Ettore Sottsass alla poltroncina multicolor Bel Air di Peter Shire, fino alla lampada Super di Martine Bedin**, «ma anche fotografie, un'animazione digitale di alcuni dei più bei schizzi dei designer di Memphis, poster storici o progetti di interni e case che hanno tentato di trasmettere le idee di design di Memphis su scala più ampia. Prepareremo anche un tour online che permetterà alle persone di vedere la mostra anche da lontano». Memphis nasce così, in un salotto, dai disegni (e i sogni) di un gruppo di amici: «Oggi il mondo è molto più frammentato rispetto ai primi anni Ottanta, quindi dubito che qualcosa come Memphis possa crearsi oggi. Oggi abbiamo altre sfide, sfide politiche, sociali ed ecologiche che richiedono altre soluzioni. Abbiamo importanti designer, ma molti di loro lavorano di più come individui. Penso che Memphis sia nato anche dagli incontri personali diretti dei diversi grandi creativi, e dall'energia creativa di Milano e del Nord Italia in quel momento. **Non puoi ricrearlo sulla comunicazione digitale, devi sederti insieme, mangiare pasta, bere vino e poi vengono le idee...».**