

BIOARCHITETTURA

IL VALORE ESTETICO OLTRE I TECNICISMI

di Silvano U. Tramonte

In questo periodo di conflittualità ecofinoambientale (economica, finanziaria e ambientale) con tutte le dispute collaterali sul riscaldamento globale, i risparmi energetici l'inquinamento, le pandemie, le terapie geniche, le guerre, la trasformazione delle nostre città in prigioni divise a blocchi e mobilità limitata ecc ecc, mi pare utile recuperare e rielaborare un capitolo di un manuale di Bioarchitettura scritto insieme all'architetto Donatella Wallnofer e disquisire su un tema rilassante e piacevole come la BELLEZZA.

Quando parlo di bellezza non mi riferisco alla tanto sbandierata e pubblicizzata e propagandata estetica dei corpi maschili e femminili, bensì all'estetica architettonica che, ormai negletta e abbandonata negli interventi urbanistici (vedasi certi scempi perpetrati in molte piazze italiane) e che appare, benché il peggioramento potesse parere impossibile, poter farsi ancora più squallida e terrificante in queste città di ghetti contenuti in 15 minuti di spostamenti.

L'estetica d'altronde non è un vezzo, un'aggiunta alla quale si può rinunciare, ma una componente fondamentale sia per il benessere out-indoor sia per il valore economico dell'intervento.

La visione della città, della parte pubblica, non può essere riposta nelle sole mani degli urbanisti, di coloro che si occupano dei grandi interventi edilizi, e neppure può essere uno dei tanti compiti dell'amministrazione. Chi si occupa di "edilizia minore", di quelli che vengono definiti "piccoli interventi", in realtà condiziona l'aspetto della città molto più di altri.

Pensiamo ai sopralzi, alle verande, ai rifacimenti delle facciate o semplicemente al cambiamento dei serramenti e

al posizionamento delle unità esterne dei condizionatori; queste sono azioni che possono dequalificare un quartiere, una piazza, un palazzo, se non gestite con attenzione e cura verso la parte pubblica.

È pertanto evidente che la sensibilità nei confronti dell'aspetto estetico dell'intervento deve avere un ruolo e un peso all'interno della ricerca del benessere psicologico, acustico, visivo e olfattivo. Una progettazione di qualità non può prescindere dalla bellezza, ma qui si apre un nodo di questioni di non facile soluzione.

BELLEZZA SOGGETTIVA E BELLEZZA OGGETTIVA

Forse bisognerebbe chiedersi cos'è la bellezza, se esiste la Bellezza come categoria universale e, infine, se esiste e qual è la differenza tra la categoria universale e quella particolare.

Per rispondere a queste domande è necessario valutare della bellezza il valore estrinseco e intrinseco.

In un mondo qual è quello di oggi, dominato dalla sete di potere economico o culturale e di notorietà, si attribuisce il valore "*bellezza*" a volte per motivi che sono lontanissimi dall'essere legati a una reale ricerca estetica.

La bellezza, secondo l'Enciclopedia Treccani, è "*la qualità di ciò che appare o è ritenuto bello ai sensi e all'anima*"; ciò presuppone un canone di riferimento interiore che può essere innato oppure acquisito per istruzione o per consuetudine sociale. Il che, a sua volta, introduce il concetto di bellezza soggettiva in contrapposizione a una bellezza oggettiva. Possiamo ora provare a identificare la bellezza particolare in quella soggettiva e la universale in quella oggettiva.

Chiarito ciò, si definisce anche l'impossibilità di ragionare intorno alla bellezza soggettiva, restando quella oggettiva

l'unica sulla quale si possa tentare di impostare un discorso concreto e utile ai nostri fini. La bellezza soggettiva dipende dal proprio gusto estetico, mentre la bellezza oggettiva risponde a canoni predefiniti. Tali canoni, peraltro, cambiano in funzione delle epoche e della cultura che le domina. Tuttavia, se ci limitiamo a questa considerazione, non possiamo che arrivare alla conclusione che **la bellezza oggettiva è funzione del suo tempo**, e dunque relativa. Questa affermazione, però, contrasta con l'esperienza comune di quanto sia insoddisfacente la bellezza oggettiva proposta, nelle arti classiche come nel design industriale, da talune epoche passate, e contrasta, inoltre, con l'esigenza di una categoria di livello superiore. Se assumiamo questo come vero, possiamo arrivare a considerare che taluni canoni dovranno essere considerati fondamentali. Il punto allora sarà individuarli e considerare che potranno evolversi, così come potrà evolversi la relazione tra essi, ma non potranno essere abbandonati. Vi sono state epoche in cui è prevalsa una bellezza totalmente empiristica la quale si esprimeva esclusivamente attraverso l'attenzione a percezioni soggettive di coscienza o sensoriali, oppure si piegava a dettami di tipo culturale che trovavano la propria ragion d'essere in imperativi intellettuali originati dalle più disparate necessità. Queste forme d'arte finivano per ignorare del tutto la bellezza intrinseca degli oggetti cui tentavano di relazionarsi, entrando dunque in contraddizione con sé stesse e, di fatto, apparendo assurde per la totale indifferenza verso la bellezza oggettiva. La diffusa tendenza a considerare la bellezza di un'opera, quale essa sia, intimamente connessa con il soggetto che la contempla, il quale esprime un giudizio in

virtù del concetto di bellezza che si è costituito a seconda della propria sensibilità, cultura, arroganza culturale o ancora in base alle proprie esperienze, esigenze commerciali ecc., ci porta assai lontano dalla possibilità di definire e riconoscere la Bellezza oggettiva e risulta essere disgregante e capace di pervertire l'idea di bellezza fino ad attribuirle qualunque forma indiscriminatamente. La recente storia dell'arte ne è drammatica testimone. Ci piace a questo punto ricordare l'analisi che Kant, nella *Critica del giudizio*, dà della bellezza, elencando quattro punti che secondo lui concorrono a contenerla:

- il **disinteresse**: un oggetto è riconosciuto bello solo se non è legato ad alcun interesse di ordine morale o utilitaristico;
- l'**universalità**: un oggetto è riconosciuto bello se piace universalmente, senza dipendere da alcuna categoria razionale;
- la **finalità senza scopo**: un oggetto è riconosciuto bello senza che la sua realizzazione e contemplazione siano finalizzate a un qualche scopo;
- la **necessità**: un oggetto è riconosciuto bello necessariamente, per la forza che ha in sé, senza dover ricorrere a spiegazioni o ragionamenti, categorizzazioni di alcun tipo o possesso di dati culturali.

Questi appaiono, ancora, quattro cardini fondamentali su cui impennare i nostri giudizi cercando di mondarli da tutto ciò che potrebbero pervertirli, più o meno consapevolmente, e trasformare l'arte in un meretricio.

In antitesi a tutto ciò si è sviluppato, in tempi moderni, un processo di intellettualizzazione che ha portato a un atteggiamento ipercritico che si oppone pervicacemente ai presupposti di spontaneità creativa e sudditanza alla realtà

naturale.

I CRITERI DI RIFERIMENTO

Vediamo dunque ora di esprimere in categorie parametriche queste due differenti posizioni concettuali nella valutazione della bellezza:

- **criteri classici:** armonia nella composizione, rispetto del canone, corrispondenza al vero, chiaroscuro, conformità teologica, perfezione, prospettiva, rispetto delle proporzioni vitruviane, presenza della curva sigma di Hogarth, simbolismo, simmetria, rispetto dello stile che si è scelto;
- **criteri moderni:** accettazione da parte della critica, asimmetria controllata, astrattismo, contrasto, deformità, iperrealismo, parziale imperfezione che dà l'idea del reperto, impressionismo, messaggio sociale, novità, onirismo, provocazione, simbolismo, stilizzazione, surrealismo.

La proporzione aurea

La cosiddetta proporzione aurea, rappresentata dalla lettera greca *phi* (Φ) e approssimativamente uguale a 1,618, è stata considerata da molti un ideale di bellezza. Viene anche chiamata “*divina proporzione*” ed è spesso riscontrata in natura:

per esempio, nella conchiglia di un nautilus, il rapporto tra sezioni successive è circa 1,618.

Anche alcune tra le più intramontabili opere architettoniche, come il Partenone, rispondono a questo rapporto.

Una dimensione tutt'affatto personale di bellezza nasce dalle percezioni soggettive, che non sono assolute, e da qui deriva la dicotomia tra la qualità estetica dell'oggetto percepito (bellezza oggettiva) e l'interpretazione estetica personale (bellezza soggettiva).

La produzione di Bellezza è andata riducendosi inesorabilmente quanto più si andava perseguendo originalità.

BELLEZZA E BENESSERE

Il benessere è benessere interiore dell'essere umano, un concetto considerato superfluo da alcuni e declinato in modo superficiale da altri. Questo benessere ha bisogno di bellezza per darsi, essere provato, percepito, goduto. Sarà appunto il bisogno di benessere a rappresentare l'incentivo alla ricerca di nuovi canoni di bellezza nel solco della tradizione locale, all'interno della sperimentazione e dell'approccio sostenibile. Riaccostare l'uomo alla ricerca delle proporzioni e a canoni di bellezza che, partendo dallo studio dei classici, sviluppino un percorso non più di rottura e contestazione ma di evoluzione e sviluppo, in chiave moderna e sostenibile, recuperando la consapevolezza della posizione privilegiata dell'uomo nel mondo della natura. Riconoscendo della Bellezza il valore intrinseco ed estrinseco, si potrebbe giungere ad un riconoscimento di consapevolezza e maturazione di un'umanità che per troppi decenni ha vissuto la bellezza senza la coscienza di possedere un grande patrimonio, che non è solo artistico ma anche economico.

IL VALORE ECONOMICO DELLA BELLEZZA

Nel luglio del 2012, il CENSIS ha pubblicato un documento il cui titolo appare come la naturale risposta al quesito se e quanto valga la bellezza: *La ricchezza della bellezza. Perché in Italia occorre ricominciare a produrre bellezza.*

Leggendo il rapporto scopriamo il valore economico della bellezza e come essa sia legata al mondo del lavoro e della produzione:

ci si era chiesti cosa fosse il bello per gli italiani e quale opportunità potesse offrire al nostro Paese. È emerso che il 41,3% sente che le cose meravigliose che sono presenti nel nostro Paese possono costituire la molla che ci farà ripartire e che potrebbe permettere un rilancio dell'Italia.

Un rilancio che certamente comprende il business turistico, ma che non si esaurisce lì: è la linfa vitale a cui attingere, per ritrovare orgoglio e voglia di fare, speranza e gusto della vita.

Certamente è un sentimento “confuso”, non razionale, ma lo scarto tra la visione utilitaristica e la visione artistica è nettissimo: l’arte e la bellezza non “servono”, non devono essere utilizzate come uno strumento qualsiasi, come un’attrazione, ma “esistono” e con il loro esistere possono dare senso e speranza alla vita. La bellezza quindi non è solo una questione estetica, perché è portatrice anche di una forza rigeneratrice e di una valenza anche economica su cui è possibile credere e investire. Ma se la bellezza è tanto importante, se è, o potrebbe essere, uno dei motori del nostro Paese, se è il nostro DNA identitario, è possibile calcolare quanto valga? Ma soprattutto è possibile valutare se e quanto il nostro Paese è ancora in grado di produrre ricchezza grazie alla bellezza?

Quanto vale la bellezza in Italia?

Il bello pesa sulla produzione di ricchezza in Italia per circa il 5,4%, vale a dire che ogni anno il valore aggiunto prodotto dalla bellezza è pari a 74,2 miliardi di euro. Un “settore” che dà lavoro a un milione e trecentosettanta mila persone.

nel settore dei mobili, degli arredi, delle piastrelle e dell’edilizia in generale il peso della bellezza è molto alto e da solo raggiunge quasi l’1% della ricchezza prodotto in Italia.

Ma dieci anni fa la capacità degli italiani di fare cose

belle contribuiva a produrre il 6,1% del valore aggiunto nazionale e dava lavoro ad un milione e quattrocentocinquantamila persone, vale a dire il 6,3% degli occupati, dunque in dieci anni abbiamo perso lo 0,7 % di ricchezza prodotta e 80.000 posti di lavoro. L'arte e la bellezza devono ricominciare a circolare, ad innervare il Paese, ad ispirare non solo gli addetti del settore, ma anche gli imprenditori, i commercianti, il mondo della comunicazione, deve tornare ad essere la molla del Paese, dobbiamo tornare a competere con la bellezza. Forse l'abbiamo usata troppo, logorandola un po', ma ora bisogna dare forza a chi sa produrla. D'altronde la bellezza è il nostro DNA e forse l'unica grande eredità che possiamo lasciare ai nostri figli, non avendo l'Italia grandi saperi tecnologici, né particolare rigore organizzativo, né ricchezza di materie prime.

Per rilanciare la bellezza, però, bisogna senz'altro agire a livello culturale, in quanto gli operatori non sono solo architetti con grande sensibilità ma anche progettisti ormai appartenenti alle più svariate categorie, che perseguono fini, a volte, meramente tecnico-economici senza alcuna velleità estetica.

LA RICERCA ESTETICA NELLA SOSTENIBILITÀ

La bellezza però deve crescere, evolversi, stare al passo con i tempi, adattarsi alle esigenze reali, alle necessità urbanistiche. Deve continuare ad esistere in un paradigma moderno, che utilizzi materiali moderni, tecnologici, cui si attribuiscono precise funzioni e caratteristiche, ma che devono essere composti, lavorati e utilizzati rispettando quelle segrete armonie che producono bellezza.

Questo nuovo paradigma non può prescindere dal confronto con i criteri della progettazione sostenibile per interpretare una visione di bellezza che sia legata ai materiali naturali e locali, quando possibile, al rinnovamento dei caratteri tipologici d'area e ad alcune tecniche costruttive storiche, oltre che alle nuove tecnologie costruttive, cercando soluzioni progettuali che si colleghino realmente al contesto (*genius loci*) nel quale si inseriscono. Il progettista che attua metodologie biosostenibili deve tener conto, come parte integrante della valutazione, dell'aspetto estetico in quanto, come dimostrato dallo studio del CENSIS, la bellezza costituisce un valore economico e pertanto può contribuire a ridurre o bilanciare il maggior costo iniziale dettato dalle scelte sostenibili.

Bisogna accettare l'idea che “*sostenibilità*” non è sinonimo di “*bellezza*”. Anzi. In nome della sostenibilità, spesso, si spacciano opere la cui caratteristica estetica è inesistente e

sconfinante nello squallore minimalista, una bella formula per rinunciare allo sforzo creativo, che non è per tutti. E che fa risparmiare un sacco di quattrini. Perché la bellezza costa. Chi mai assumerebbe oggi uno stuolo di scalpellini per arricchire, e abbellire, superfici troppo lisce con una semplice porosità? O gessisti per realizzare stucchi interni? Ma poi, scalpellini e gessisti, esistono ancora? Ecco, era solo un esempio per spiegare come mai oggi le lavorazioni, quelle poche, sono fatte a macchina.

Il rischio che gli interventi di recupero e manutenzione, volti soprattutto al contenimento energetico, che comprendono anche la modifica della facciata per la sua maggior coibentazione (realizzazione del cappotto esterno, eliminazione dei ponti termici tramite l'annullamento di bancali e delle cornici in cemento, sostituzione dei serramenti e delle imposte ecc.), portino allo svilimento del patrimonio esistente, invece che alla sua valorizzazione, è concreto e tangibile.

Genius loci

Le visioni della città del futuro sono molteplici e, a volte, estremamente contrastanti tra loro. Alcuni sostengono l'immagine della modernità, rappresentata dai grattacieli in cristallo, in ogni parte del continente siano essi ubicati. Un'altra visione è quella delle metropoli agricole, che tendono all'autosufficienza alimentare tramite relazioni forti con il territorio circostante, ma anche tramite l'inserimento di architetture idroponiche volte a rendere le megalopoli indipendenti da un punto di vista alimentare; esse cambierebbero completamente l'immagine della città e stravolgerebbero il senso stesso dell'architettura, dei canoni estetici, del senso degli spazi pubblici e della relazione tra i

luoghi.

Altri ancora, invece, concordano con le analisi effettuate dall'ONU, che ritiene completamente errata la previsione largamente diffusa secondo la quale il 70% della popolazione mondiale sarà concentrata nelle metropoli entro il 2050; la tendenza emersa dalle indagini dell'ONU invece prevede la rinascita dei piccoli centri, proprio grazie alle caratteristiche della loro identità locale nuovamente ambita e ricercata dalla popolazione.

In questo clima di grande incertezza, in cui anche la visione pubblica della città è inesistente, i progettisti possono solo cercare di svolgere il loro ruolo quotidiano seguendo criteri di buon senso e di buon gusto. Una delle cose che dovrebbero essere assolutamente evitate è l'estetica dell'esibizionismo individualistico, l'intervento cioè che si mette in mostra e vuole primeggiare a prescindere dal contesto che in molti casi non viene da esso valorizzato ma ne subisce la presenza. Esistono infatti il luogo e il momento per gli oggetti monumentali, che devono creare connessione oppure diventare un nuovo centro con uno scopo sociale preciso, ed esistono invece interventi di riqualificazione che devono avere l'intelligenza e l'umiltà di svilupparsi armonicamente all'interno del fronte stradale, dello *skyline* e del contesto esistente.

Questo tipo di approccio non vuol dire rinunciare alla creatività e all'innovazione, ma anzi vuole essere uno sprone a trovare il giusto equilibrio tra i nuovi materiali, gli obiettivi prestazionali e le forme consolidate per rivalorizzare le nostre città. Questa può essere sicuramente una bella e avvincente sfida da cogliere da parte dei progettisti italiani, per fare in modo che anche l'architettura contemporanea rappresenti i concetti espressi nel sintagma "*Bel paese*".