

## **Estratto da «Documentare il design» di Massimo Magri**

*pubblicato su Disegno Industriale, n. 28/2007,  
Numero unico su "Movie and design".*

Ho cominciato a fare cinema professionalmente nel 1968, fondando con un amico, Giacomo Battiato, una società di produzione, la Politecne cinematografica, che doveva occuparsi di cinema industriale in attesa di fare esperienza e quattrini per il cinema "vero". Questo è almeno quello che raccontavo a me stesso e ad agli amici e compagni che passavano una buona parte del loro tempo in assemblee e occupazioni. E che mi guardavano con perplessità e un certo divertito imbarazzo. Forse alcuni di loro sapevano che, a parte le ambizioni artistiche, avevo una grande fiducia nel mestè fa' ben, avevo voglia di credere che esistesse un mondo industriale "buono" capace di esprimere qualità e cultura oltre che produzione di merci; e che, eventualmente, avrebbe accettato di essere corretto, messo in ordine e spiegato da me, in un racconto cinematografico.

Fummo fortunati: venne quasi subito una chiamata da parte di Ettore Sottsass che si era inventato, per uno stand Olivetti a una fiera, una macchina che faceva il verso al cinema dei primordi: una serie di visori che richiamavano quelli dei burlesque degli anni dieci. Realizzammo due brevi filmati.

In uno un capellone indianeggiante trascinava al guinzaglio per Portofino una Praxis 48, nell'altro le immagini di cavalli che saltavano ostacoli erano mischiate a linee e forme di stabilimenti Olivetti e di terminali disegnati da Sottsass e Bellini.

In Olivetti nessuno si spaventò. Anzi, si incuriosirono.

Ci assegnarono un nuovo lavoro, un documentario sulla rivoluzione informatica e sui terminali.

Diventammo così collaboratori esterni dell'Olivetti. Da una parte entravamo in contatto con quella che era allora uno stile di management unico, con uomini della comunicazione aperti e problematici come Renzo Zorzi e Riccardo Felicioli, con un reparto pubblicitario che annoverava, tra gli altri, poeti come Franco Fortini e Giovanni Giudici, con designer come Bellini, Bonfanti, Von Klier e, ovviamente, lo stesso Sottsass. Dall'altra avevamo modo di imparare un modo di relazionarci al lavoro che sicuramente influenzò tutta la nostra carriera di registi-produttori.

Innanzitutto, sin dagli inizi, l'Olivetti si dimostrò interessata alle nostre proposte. Voleva lavorare con noi non perché ci considerasse i più bravi a mettere in bella copia il pensiero uscito dagli uffici marketing, ma ci aveva scelti perché pensava che il nostro modo di leggere l'oggetto e il suo design avesse senso per ragioni generazionali e culturali, e fosse quindi il modo giusto, più diretto e autentico, di evidenziare le qualità e il valore funzionale del progetto. Potevi, nei limiti di un lavoro industriale, non solo dire ma anche fare quello che ritenevi giusto.

Fu l'incontro con il mondo del design industriale di quegli anni.

Non che le altre aziende per cui giravamo documentari non "disegnassero" i loro prodotti. Le macchine Fiat, ad esempio. Ma gli altri non mettevano in cima alla comunicazione il design, sintesi delle intenzioni, delle capacità, delle caratteristiche dell'azienda e del prodotto.(...)