

Archibald Alison e l'estetica del quotidiano? *Una prospettiva neoestetica*

di Elisabetta Di Stefano

“È necessario, per capire il presente, trovarne la genesi nel passato”¹. Alle soglie del nuovo millennio Luigi Russo conferisce a questa intuizione, che ha sostanziato l'intera sua attività scientifica e culturale, nuovo spessore teorico, ed elabora la proposta di un assetto disciplinare “polimorfico e inquietante”² a cui dà il nome di Neoestetica. Nata come “strategia della crisi”, quella crisi che alla fine del secolo scorso ha investito il sistema dell'estetica maturato all'insegna dei concetti di “arte bella” e “piacere disinteressato”, la Neoestetica è poi divenuta per Russo una configurazione epistemica utile all'interpretazione della congerie odierna: “È un'Estetica che ha studiato in modo rigoroso le proprie origini, con spregiudicatezza ha riletto autori noti e riscoperto autori dimenticati, ha illuminato le trame del passato rinverdendole e rimotivandole, e dai tesori della sua tradizione ha preso ispirazione per intraprendere nuove imprese conoscitive”³.

Una pietra miliare di quello che lo stesso Russo ha chiamato “un pellegrinaggio disciplinare” verso la Neoestetica è stato il seminario *Neoestetica ed emozione. Archibald Alison e l'estetica contemporanea* (4-5 ottobre 2013), promosso in occasione della prima edizione italiana dell'opera di Alison, *Natura e principi del Gusto*, per la collana *Aesthetica*⁴. Il convegno ha messo a fuoco la “mo-

¹ L. Russo, *Verso la Neoestetica. Un pellegrinaggio disciplinare*, “Aesthetica Preprint. Supplementa” n. 30, 2013, p. 299.

² Ivi, p. 7. Fin dal 2004 la Neoestetica è al centro dei progetti di ricerca (Fondi ex 60%) di Luigi Russo. Tali ricerche maturano nella relazione introduttiva al Congresso Europeo de Estética, *Sociedades in crisis. Europa y el concepto de estética* (Madrid 10-12 novembre 2010), dal titolo *Neoestéticas: estrategias de la crisis*, (<http://www.calameo.com/read/000075335c134761b142d>). Questo intervento sarà successivamente rielaborato e pubblicato col titolo *Neoestetica: un archetipo disciplinare* nella “Rivista di estetica”, 47 (2/2011), pp. 197-209 e infine accolto nel volume *Verso la Neoestetica* (alle pp. 289-301) che costituisce il compendio di alcuni suoi percorsi di ricerca.

³ Ivi, p. 300.

⁴ A. Alison, *Essays on the nature and principles of taste*, Bell & Bradfute, Edinburgh-J.J.G. & G. Robinson, London 1790; tr. it. *Natura e principi del Gusto*, a cura di S. Chiodo, Aesthetica, Palermo 2011.

dernità” del filosofo scozzese⁵, rimasto a lungo sconosciuto tra i suoi contemporanei⁶ in parte per aver pubblicato i suoi *Essays* nello stesso anno della terza *Critica* kantiana, in parte per aver proposto un modello teorico incentrato sull’emozione, che, anticipando la temperie romantica, lo ha posto in fatale antagonismo al campione dell’illuminismo settecentesco, Immanuel Kant⁷. Rileggere Alison secondo una prospettiva neoestetica non solo aiuta a comprendere la genesi di quei percorsi su cui è maturata la crisi della disciplina sorta sull’asse Batteux-Baumgarten-Kant, ma anche – come si dimostrerà in questo lavoro – è utile a tracciare l’aurorale insorgere dei nuovi scenari contemporanei che aprono l’estetica alla vita di ogni giorno. Seppur da differenti prospettive teoriche, l’interesse verso le esperienze e le pratiche quotidiane ha trovato diversi interpreti nel dibattito sia europeo – Emilio Garroni⁸, Wolfgang Iser⁹ – sia angloamericano – John Dewey¹⁰, Arnold Berleant¹¹ –, nel quale si è sviluppata una corrente che ha preso in nome di *Everyday Aesthetics*. Non è un caso che Alison sia uno degli autori citati da Yuriko Saito, insigne rappresentante di questa corrente, e ciò non solo in ragione del fatto che la seconda edizione degli *Essays on the nature and principles of taste* – pubblicati con significative modifiche e integrazioni nel 1811 – riscosse un certo successo negli Stati Uniti¹², ma anche perché Alison sottolinea la centralità dell’emozione tanto nella sfera “straordinaria” dell’arte quanto (e soprattutto) in quella “ordinaria” dell’arredo, della moda, degli strumenti, della natura.

Prima di illustrare i concetti chiave di quella che potremmo chiamare l’“estetica del quotidiano” di Archibald Alison, è opportuno tracciare una breve sintesi della sua teoria nel quadro dell’e-

⁵ F. Carmagnola, *Osservazioni sul profilo dell’emozione nel contemporaneo*, in L. Russo, S. Tedesco (a cura di), *Sull’Emozione*, “Aesthetica Preprint. Supplementa”, n. 29, 2013, pp. 153-170; G. Pucci, *Ciò che è vivo e ciò che è morto nell’estetica di Archibald Alison. Nota a margine del convegno: Neoestetica ed emozione. Archibald Alison e l’estetica contemporanea*, Palermo, 4-5 Ottobre 2013, in “Aisthesis”, n. 2, 2013, pp. 294-300. Ma si veda anche F. Focosi, *Un’esigenza di profondità: la modernità nel pensiero estetico di Archibald Alison*, in “I castelli di Yale – Il secolo XVIII”, n. 1, anno V, 2017, pp. 203-230.

⁶ Ph. Carter, *Alison, Archibald (1757–1839)*, in “Oxford Dictionary of National Biography”, Oxford University Press, Oxford 2004 (<http://www.oxforddnb.com/view/article/348> visitato il 10/1/2020).

⁷ R. Diodato, *Alison versus Kant*, in L. Russo, S. Tedesco (a cura di), *Sull’Emozione*, cit., pp. 135-151.

⁸ E. Garroni, *Senso e paradosso. L’estetica, filosofia non speciale*, Laterza, Roma-Bari 1986, p. 4.

⁹ W. Iser, *Undoing Aesthetics*, Sage, London 1997, pp. 1-9.

¹⁰ J. Dewey, *Arte come esperienza* (1934), a cura di G. Matteucci, Aesthetica, Palermo 2010.

¹¹ A. Berleant, *Sensibility and Sense: The Aesthetic Transformation of the Human World*, Imprint Academic, Charlottesville 2010.

¹² M. LaFrance, *Longfellow and Archibald Alison*, in “Colby Quarterly”, 6, n. 5, 1963, pp. 205-208.

estetica britannica settecentesca. Scrivendo gli *Essays on the nature and principles of taste*, Alison interviene nel dibattito sulla facoltà del gusto in cui si contrappongono due linee di pensiero: gli oggettivisti – per i quali la bellezza deriva dalla configurazione formale dei corpi (proporzione, uniformità nella varietà) – e i soggettivisti che, sviluppando l'empirismo lockiano, riconducono la bellezza a un'idea che si forma nella mente a partire dai sensi¹³. Come mette in rilievo Sertoli, Alison “si ricollega a quella linea che da Dennis a Burke passando per Du Bos aveva identificato l'esperienza estetica con un'esperienza patica, ma reimposta il discorso in chiave non più di passioni bensì di emozioni”¹⁴. A differenza di quei teorici che facevano derivare le emozioni dalla semplice associazione di idee il filosofo scozzese mette a fuoco la nozione di “emozione complessa”, frutto di una catena di immagini basata sull'unità di carattere¹⁵. Per lui l'esperienza estetica è innescata dai sensi che producono una prima emozione semplice, pre-estetica – a cui corrisponde un piacere semplice (*pleasure*) –. Per intervento dell'immaginazione da questa immagine-emozione semplice si sviluppa, per aggregazione o meglio coalescenza di altre emozioni semplici, quell'emozione complessa (catena di immagini) che è propriamente l'emozione estetica ovvero “del gusto”, a cui corrisponde un piacere altrettanto complesso designato da Alison col termine burkeano di sublime (*delight*)¹⁶.

Questa teoria viene illustrata dal filosofo scozzese mediante riferimenti sia alla sfera naturale (riprendendo un percorso già intrapreso da Addison e che nell'estetica britannica sarà florido di sviluppi) sia a quella artificiale. All'interno di questa le arti belle non paiono rivestire un ruolo privilegiato rispetto alla moda, all'arredo, ai prodotti industriali. Ne consegue una teoria delle emozioni fondata sull'esperienza quotidiana. Persino la proporzione delle parti, per secoli ritenuta criterio oggettivo del bello, viene ancorata all'uso e

¹³ Per un quadro delle diverse prospettive teoriche cfr. G. Sertoli, *Il Gusto nell'Inghilterra del Settecento*, in L. Russo (a cura di), *Il Gusto. Storia di un'idea estetica*, Aesthetica, Palermo 2000, pp. 79-125.

¹⁴ G. Sertoli, *Alison e l'estetica delle emozioni tra Hume e Reid*, in L. Russo, S. Tedesco (a cura di), *Sull'Emozione*, cit., p. 118. Come ha dimostrato Th. Dixon (*From Passions to Emotions: The Creation of a Secular Psychological Category*, CUP, Cambridge 2003) il passaggio dal concetto di passione, in auge nella tradizione filosofica dall'antichità fino al Settecento, a quello di emozione, accolto alle soglie dell'Ottocento dalla psicologia nascente, si gioca proprio nel dibattito culturale britannico e in particolare scozzese.

¹⁵ A. Alison, *op. cit.*, p. 63: “Ovunque le emozioni del gusto siano avvertite, credo che si scoprirà che la catena di pensieri suscitata si distingue per il possesso di un certo carattere emotivo, e, in questo modo, si distingue dalle nostre successioni di pensiero comuni od ordinarie”.

¹⁶ Ivi, p. 94. Cfr. G. Dickie, *The Century of Taste*, Oxford University Press, New York 1996, p. 61.

considerata variabile in relazione alle consuetudini e al progresso tecnico:

La corretta proporzione di tali parti non è altro che quella particolare forma o dimensione che, attraverso l'*esperienza*, è stata trovata essere la più adatta per la realizzazione dello scopo dello strumento o della macchina in oggetto. [...] Quando si verifica un qualsiasi miglioramento nella costruzione delle forme dell'arte, in modo che vengano introdotte proporzioni diverse tra le parti, che producono il loro fine meglio delle precedenti, le nuove proporzioni diventano gradualmente belle, mentre le precedenti perdono la loro bellezza¹⁷.

Lungi dall'adottare la logica del precursore, leggendo Alison con le lenti di categorie estetiche contemporanee, si cercherà adesso di individuare negli *Essays* quelle nozioni che hanno rilevanza nell'ipotesi di una storia delle idee estetiche quotidiane. All'interno di questa cornice teorica acquistano pertinenza due concetti, quello di "familiare" e quello di "adattamento" allo scopo. Il primo è centrale nell'attuale dibattito sull'*Everyday Aesthetics*, basti pensare al titolo del recente libro di Yuriko Saito, *Aesthetics of familiar*¹⁸; il secondo ha uno sviluppo interessante nella storia dell'estetica dell'architettura e degli oggetti e ha trovato una fortunata formulazione nel saggio *Functional beauty* degli studiosi americani Parsons e Carlson¹⁹.

Contrapponendosi ai filosofi oggettivisti che facevano derivare la bellezza dalle qualità materiali primarie, Alison adotta una posizione soggettivista: forma e colore sono segni polivalenti ed esprimono idee in grado di suscitare emozioni che variano a seconda delle circostanze sia individuali, cioè dipendenti dalla condizione del soggetto percipiente (età, abitudini, occupazioni, educazione)²⁰, sia storico-culturali, cioè legate a usi costumi e tradizioni collettive. Se in tal modo Alison fallisce l'obiettivo di individuare la regola oggettiva del gusto, di contro mette a fuoco le categorie del familiare e dell'adattamento che, pur nella variabilità delle esperienze soggettive, costituiscono dei punti di riferimento comuni.

La familiarità appare di primo acchito contrapporsi al bello, poiché l'abitudine indebolisce il vigore delle emozioni anche negli oggetti con i colori o le proporzioni più piacevoli²¹. Questa opinione aveva trovato formulazione in diversi autori del tempo, fa-

¹⁷ A. Alison, *op. cit.*, p. 198 e p. 199. Corsivo nostro.

¹⁸ Y. Saito, *Aesthetics of the Familiar. Everyday Life and World-Making*, Oxford University Press, Oxford 2017.

¹⁹ G. Parsons, A. Carlson, *Functional beauty*, Clarendon Press, Oxford 2008.

²⁰ A. Alison, *op. cit.*, pp. 66-67.

²¹ Ivi, p. 135: "è inoltre osservabile che anche i colori più belli (o quelli che ci esprimono le associazioni più piacevoli) smettono di apparire belli ogniqualvolta diventano familiari".

cendo vacillare la teoria classica del bello armonico a vantaggio di nuovi concetti che sollecitavano il gusto soggettivo, la novità e la varietà (si pensi al “non so che”²² o alla linea serpentina proposta da William Hogarth come cifra della bellezza²³). Tuttavia, secondo Alison, la familiarità di per se stessa non nega le emozioni, come dimostra l’attrazione che si prova sempre per le armi da guerra²⁴. Anzi “ci sono casi in cui gli oggetti più familiari ci risvegliano il senso più pieno della loro bellezza”²⁵. Se però questo generalmente non accade, è perché tendiamo a considerare gli oggetti familiari “sotto aspetti molto diversi da quelli che ci si manifestano in quanto oggetti della bellezza”²⁶, ovvero non prestiamo attenzione alle loro qualità emotive, ma solo al loro uso; di conseguenza tali oggetti decadono nell’indifferenza, almeno finché qualche circostanza non rinnova in noi l’interesse per le loro qualità emotive. Questa alternanza di momenti “ordinari” e momenti che risvegliano le nostre emozioni estetiche (nel linguaggio dell’Everyday Aesthetics diremmo “straordinari”) è il fulcro dell’estetica quotidiana, dal momento che non può esistere una vita fatta solo di momenti speciali²⁷. Alison sembra averne consapevolezza quando afferma che “è solo in particolari momenti che siamo sensibili alla bellezza. [...] Nelle nostre ore ordinarie, quando siamo poco attenti o quando siamo occupati, lasciamo che [il bello e il sublime] ci passino davanti senza nemmeno notarli”²⁸. Del resto “i veri e i più importanti affari della vita non potrebbero essere portati avanti se ci lasciassimo catturare tutte le volte dalla nostra sensibilità alla sublimità o alla bellezza”²⁹.

Ma quali sono i casi in cui gli oggetti familiari risvegliano il senso della bellezza? È a questo punto che Alison introduce il principio dell’appropriatezza³⁰ e fonda il gusto sulla “accurata percezione delle espressioni dei colori, e della loro relazione sia reciproca sia

²² P. D’Angelo, S. Velotti (a cura di), *Il “non so che”. Storia di un’idea estetica*, Aesthetica, Palermo 1997.

²³ W. Hogarth, *L’analisi della Bellezza*, a cura di L. Di Michele, Aesthetica, Palermo 1999.

²⁴ A. Alison, *op. cit.*, p.140: “è difficile che nella natura inanimata ci sia qualcosa di tanto sorprendentemente sublime quanto tutte quelle forme che sono adatte agli strumenti della guerra. [...] Persino la familiarità dovuta all’uso comune non altera affatto questo effetto”.

²⁵ Ivi, p. 71.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Su questo punto cfr. E. Di Stefano, *Che cos’è l’estetica quotidiana*, Carocci, Roma 2017, pp. 63-72.

²⁸ A. Alison, *op. cit.*, p. 108.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Ivi, p. 137: “Il fatto che questo principio si applica inoltre ai colori dei vestiti, e che lo stesso colore è bello o meno a seconda che la sua espressione sia adatta al carattere o alla situazione della persona che lo indossa, ognuno può verificarlo facilmente da sé. [...] non c’è alcun colore che sia bello in tutte le situazioni”.

con il carattere o con la situazione della persona a cui è destinato”³¹. Pertanto, la bellezza o la sublimità dei colori e delle forme sono dovute al loro essere associate – per abitudine, per convenzione e talvolta per casualità – alle emozioni che queste sono adatte a produrre. Ma è solo la reciproca adeguatezza di forma e contenuto emotivo che produce il piacere estetico (*delight*). Il principio della appropriatezza viene declinato sul piano individuale, sociale, culturale. Pertanto, facendo riferimento, ad esempio, all’abbigliamento, i colori gioiosi sono adatti ai giovani, quelli sobri agli anziani, i colori dell’abito di un principe sono diversi da quelli delle vesti di un contadino³². Ampliando il discorso, il “bianco è per noi massimamente bello, essendo l’emblemma sia dell’innocenza sia dell’allegria. In Cina, viceversa, è il colore che si adatta al lutto, e di conseguenza è ben lontano, in genere, dall’essere bello”³³. Infine, determinati colori, in ogni paese, connotano specifiche professioni, per questo motivo “proviamo un certo disappunto [...] quando vediamo un professionista senza l’abito proprio della sua professione”³⁴. Se il rischio a cui conduce questo ragionamento è il relativismo estetico – che è stato considerato uno dei limiti della teoria di Alison³⁵ –, è anche vero che l’appropriatezza si valuta in base alla familiarità verso norme sociali, consuetudini culturali, valori simbolici. Pertanto, si può concludere che la familiarità può risvegliare le nostre emozioni estetiche poiché è il presupposto che ci consente di percepire l’adeguata relazione delle espressioni con il carattere di una persona o di un oggetto e con la situazione specifica.

A differenza della nozione di familiare che ha trovato concettualizzazione solo in tempi recenti, il principio di adattamento allo scopo (*aptum/decorum*) risale alla retorica classica dove regolava l’appropriatezza dello stile del discorso rispetto al luogo, all’uditorio e alle circostanze in cui era pronunciato. Accolto nella trattatistica architettonica antica (Vitruvio) e poi rinascimentale (Leon Battista Alberti) per definire lo stile dell’ornamento in base al carattere dell’edificio, questo principio costituirà il *file-rouge* del dibattito architettonico europeo tra Settecento e Ottocento e formerà il nucleo fondativo del funzionalismo americano³⁶. Alison riprende senza particolare vigore teorico il topos delle qualità espressive degli or-

³¹ Ivi, p. 173.

³² Ivi, p. 172.

³³ Ivi, p. 134.

³⁴ Ivi, p. 136.

³⁵ S. Chiodo, *L’epigono dell’illuminismo scozzese: l’estetica di Archibald Alison*, in “Aretè”, n. 1, 2016, p. 226; G. Sertoli, *Alison e l’estetica delle emozioni tra Hume e Reid*, in L. Russo, S. Tedesco (a cura di), *Sull’emozione*, cit., p. 121.

³⁶ E. Di Stefano, *Ornamento e architettura. L’estetica funzionalistica di Louis H. Sullivan*, “Aesthetica Preprint”, n. 89, 2010.

dini architettonici³⁷, che risaliva al *De architectura* di Vitruvio. Ma l'architetto latino fondava su più solide basi retoriche l'adeguatezza dell'ornamento in relazione al carattere delle divinità venerate nel tempio³⁸.

Invece le riflessioni di Alison diventano più significative quando si volge agli oggetti quotidiani e in particolare a macchinari e strumenti:

La seconda fonte della bellezza relativa delle forme è l'adattamento, ovvero l'opportuna adeguazione dei mezzi a un fine. Ognuno deve aver probabilmente percepito che questa qualità, nelle forme, produce l'emozione della bellezza. Nelle forme dell'arredamento, delle macchine e degli strumenti nelle diverse arti, la maggior parte della loro bellezza sorge da questo elemento. E non c'è forma che non diventi bella quando la si trovi essere perfettamente adattata al suo fine³⁹.

Contrapponendosi a Burke⁴⁰, il quale negava sia alla proporzione sia alla convenienza la possibilità di produrre bellezza, Alison fonde questi due principi facendo derivare le emozioni estetiche dall'"intima connessione che sussiste tra la proporzione e l'adattamento"⁴¹. La tesi è supportata da numerosi esempi tratti dal mondo della natura, ma è soprattutto la sfera dell'architettura e degli strumenti quella che consente di dimostrare come la buona progettazione possa essere "promessa" di efficienza e quindi di bellezza:

Una nave che sia ben costruita, e che promette di navigare bene, dice Hogarth, è chiamata dai marinai una bellezza. Allo stesso modo, in ogni alta professione, tutte le macchine o gli strumenti che sono ben adattati al fine proprio delle loro arti sono chiamati belli dagli artisti. Anche gli oggetti d'uso più comuni e più insignificanti sono avvertiti come belli quando non badiamo alla loro familiarità e li consideriamo solo in relazione agli scopi ai quali servono⁴².

Per Alison la bellezza è promessa di funzionalità quando le emozioni gradevoli derivano dalla percezione di una proporzione adeguata al fine designato, ma la conferma di tale promessa può venire solo dall'uso e dall'esperienza:

Quando una sedia o un tavolo, o un qualsiasi altro oggetto comune, sono ben proporzionati [...] ciò che proviamo non è una mera sensazione di piacere data da un certo accomodamento delle parti, ma un'emozione gradevole data dalla percezione

³⁷ A. Alison, *op. cit.*, p. 167: "il tuscanico è contraddistinto dalla sua severità, il dorico dalla sua semplicità, lo ionico dalla sua eleganza, il corinzio e il composito dalla loro leggerezza e gaiezza".

³⁸ Vitruvio, *De architectura* IV, I, 7-8.

³⁹ A. Alison, *op. cit.*, p. 194.

⁴⁰ E. Burke, *Inchiesta sui principi del bello e del sublime*, a cura di G. Sertoli e G. Miglietta, Aesthetica, Palermo 2002, p. 120.

⁴¹ A. Alison, *op. cit.*, p. 200.

⁴² Ivi, p. 194.

dell'opportuna disposizione di queste parti in accordo al fine designato. [...] Così, la sproporzionata propria delle gambe di una sedia o di un tavolo non ci colpisce con una semplice sensazione di pena, ma con un'emozione molto chiara di insoddisfazione o malcontento, causata dall'inadeguatezza di questa costruzione agli scopi che gli oggetti sono destinati a servire. Ciascuno deve giudicare la verità di questo sulla base della propria esperienza⁴³.

Le riflessioni di Alison, come quelle di Burke e altri filosofi britannici del Settecento, alimenteranno il dibattito culturale americano di fine Ottocento⁴⁴ e influiranno sui teorici del funzionalismo moderno. Infatti, sembra di cogliere l'eco di Alison nelle parole di Horatio Greenough⁴⁵: "The most beautiful chairs invite you by a promise of ease"⁴⁶. Per lo scultore americano la bellezza è la promessa della funzione ed esprime una proporzione in relazione all'azione e al carattere⁴⁷. Sulla base di questo principio funzionalistico Greenough giunge ad esaltare la bellezza delle armi e persino della ghigliottina⁴⁸, con toni non lontani da quelli adoperati da Alison.

Il filosofo scozzese influenzò anche le riflessioni di Ralph Waldo Emerson che afferma l'inscindibile nesso tra bellezza e adeguatezza⁴⁹. Ma è soprattutto la teoria associazionistica a offrire sostegno al paladino dell'indipendenza culturale americana, il quale nel discorso *The American Scholar*⁵⁰ esorta gli americani a non accogliere passivamente i modelli ornamentali (colonne e capitelli) dell'arte

⁴³ Ivi, p. 196. E ancora, p. 216: "Tutti gli appartamenti sono destinati a un qualche uso o a un qualche scopo legato alla vita umana. Così richiediamo che la loro forma debba corrispondere a questi fini. E, ovunque la forma sia in contrasto con il fine, per quanto le sue proporzioni possano essere regolari o generalmente belle, ci rendiamo consapevoli di un'emozione di insoddisfazione e scontentezza".

⁴⁴ Per l'influenza dei filosofi illuministi britannici sulla cultura americana cfr. A. Herman, *The Scottish Enlightenment: the Scots' invention of the modern world*, Fourth Estate, London 2002; J. Verheul, "A Peculiar National Character": *Transatlantic Realignment and the Birth of American Cultural Nationalism after 1815*, in "European journal of American studies", 2012, p. 8.

⁴⁵ Horatio Greenough (Boston 1805-Somerville 1852) fu il primo americano a scegliere la scultura come professione; dopo aver studiato ad Harvard, si recò in Italia, dove fu allievo di Thorvaldsen ed è l'autore del gigantesco monumento a George Washington in stile neoclassico. Ma, paradossalmente, ha lasciato il suo contributo più importante come teorico del funzionalismo organicista americano. D.A. Ringe, *Horatio Greenough, Archibald Alison: And the Functionalist Theory of Art*, in "College Art Journal", vol. 19, n. 4, 1960, pp. 314-321; S.E. Crane, *The Aesthetics of Horatio Greenough in Perspective*, "The Journal of Aesthetics and Art Criticism", vol. 24, n. 3, 1966, pp. 415-427.

⁴⁶ H. Greenough, *Form and Function. Remarks on Art, Design and Architecture*, a cura di H.A. Small, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London 1947, p. 122.

⁴⁷ Ivi, p. 71: "I define Beauty as the promise of Function; Action as the presence of Function; Character as the record of Function [...] but so long as there is yet a promise of function there is beauty, proportioned to its relation with action or with character".

⁴⁸ Ivi, p. 60.

⁴⁹ V.C. Hopkins, *Spires of Form: A Study of Emerson's Aesthetic Theory*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) 1951, pp. 78-80.

⁵⁰ R.W. Emerson, *The American Scholar*, in *The Complete Works*, Bell & Daldy, London 1866, pp. 174-189.

classica e li invita a elaborare uno stile autoctono. Queste dichiarazioni trovano una solida base nella teoria di Alison secondo cui le emozioni suscitate dallo stile classico – *mutatis mutandis* si può dire lo stesso per lo stile gotico o cinese – siano il frutto di catene di immagini prodotte dai ricordi delle antiche civiltà greche e latine⁵¹ e non l'effetto di una proporzione assoluta e indipendente⁵². Sulla scia di Greenough ed Emerson si svilupperanno le riflessioni di Louis H. Sullivan, considerato il padre del Funzionalismo moderno. L'architetto afferma che gli edifici, evitando innesti con forme straniere, devono esprimere il carattere proprio degli americani⁵³ e, nel famoso saggio *The Tall Office Building Artistically Considered* (1896), individua nel grattacielo la forma architettonica espressiva della virilità e del potere del suo popolo, coniando il motto *Form follows Function*.

L'idea che la forma sia espressione della funzione (che è il senso del motto *Form follows Function*) avrà ulteriori sviluppi, trovando una nuova riformulazione nel concetto di *affordance* proposto dallo psicologo James J. Gibson⁵⁴. Un oggetto possiede l'*affordance* quando la sua forma invita all'uso, permettendo all'utente di comprenderne intuitivamente la funzionalità. Su questa linea si pone anche Donald Norman che, nel libro *La caffettiera del masochista*⁵⁵, sottolinea il piacere che proviene da quegli oggetti il cui uso è facile e intuitivo; ma nel saggio successivo, *Emotional design*⁵⁶, con apparente cambio di rotta lo psicologo afferma che spesso prediligiamo oggetti che, pur essendo meno funzionali di altri, ci colpiscono emotivamente, suscitando ricordi e affetti. È la base dell'*user centered design*, una progettazione che non punta a una norma estetica o funzionale assoluta, ma che si confronta con le esperienze soggettive. Del resto, la funzionalità degli oggetti familiari, per quanto possa essere apprezzata, a lungo andare finisce per cadere nella nostra quotidiana indifferenza; a meno che tali oggetti non acquistino pregnanza ai nostri occhi in virtù di qualche legame emotivo o affettivo, come afferma Ben Highmore – con toni che ci ricordano Alison – richiamandosi agli oggetti transizionali di Donald Winnicott⁵⁷.

Tale dibattito contemporaneo sugli oggetti “funzionali”, “emo-

⁵¹ Alison, *op. cit.*, pp. 218-219.

⁵² Ivi, p. 210.

⁵³ L.H. Sullivan, *Characteristics and Tendencies of American Architecture*, cit., pp. 2-8.

⁵⁴ J.J. Gibson, *L'approccio ecologico alla percezione visiva* (1979), Mimesis, Milano 2014.

⁵⁵ D. Norman, *La caffettiera del masochista*, Giunti, Firenze 2009.

⁵⁶ Id., *Emotional design*, Apogeo, Milano 2004.

⁵⁷ B. Highmore, *Ordinary lives. Studies in the Everyday*, Routledge, London 2010, p. 71.

tivi”, “familiari” si pone molto oltre la settecentesca teoria delle emozioni di Alison, ma senza dubbio l’indagine su questi temi trova nel pensiero del filosofo scozzese una tappa miliare, a conferma dell’ipotesi iniziale secondo cui “è necessario, per capire il presente, trovarne la genesi nel passato”.