

Merletti & Design

2017



Comitato per la
Promozione del Merletto
www.merletti.it



Anna Gili, *Magic Deer*

In che direzione si muove la sua ricerca?

Innanzitutto bisogna dire che il mio approccio al design è molto particolare, tanto che io stessa mi definisco borderline. Questo perché fin da piccola nutro una grande passione per l'arte. In fondo io sono nata in Umbria, proprio di fronte al Duomo di Orvieto, dove l'arte, in particolare quella del Rinascimento, si respira, si assorbe in maniera osmotica. Quando poi sono approdata al design mi sono portata dietro questo bagaglio culturale importantissimo, che mi ha spinto, appena laureata alla Scuola di Design di Firenze¹, a realizzare delle performances artistiche, fra cui un abito sonoro², legato al mio interesse per la comunicazione non verbale e quindi per tutto il mondo naturale, gli animali in particolare modo. Fra le altre performances cito *Painted persons*, cioè *Persone dipinte*³, per la quale ho appunto esposto delle persone come pitture e sculture viventi, con un progetto di viso, di abito, di gioiello e di installazione nello spazio. Ora lei si chiederà cosa c'entri tutto questo con il design. C'entra perché il legame è dato dalle avanguardie del design. Io mi sono laureata a Firenze e sono venuta a Milano proprio nel momento in cui, negli anni Ottanta, l'avanguardia del design segnava una svolta radicale, il passaggio dal design funzionale, bello dal punto di vista formale, derivato in parte dal Bauhaus e in parte dal Surrealismo, a un design di carattere espressivo. A Milano esisteva di base una cultura del design del dopoguerra, con aziende leader molto importanti, ma iniziava anche una sorta di contestazione, un rifiuto del bel design milanese a favore di uno più vicino all'arte.

E per quanto riguarda invece i suoi progetti più recenti?

Negli ultimi due anni mi sono dedicata ai Paesi emergenti, in particolare Cina, Corea

English text on page 32



Anna Gili - Foto © Silvia Amodio

Anna Gili, designer e artista italiana, è una delle protagoniste della scena internazionale del design. Nata a Orvieto, dopo la laurea all'Istituto Superiore Industrie Artistiche di Firenze, negli anni Ottanta si trasferisce a Milano, dove però non rinuncia mai alle sue forti origini umbre. L'amore per l'arte rinascimentale si mescola con quello per il design più moderno e i suoi molteplici interessi si riflettono anche nella sua produzione artistica, dalle performances e installazioni d'ambiente della giovinezza agli oggetti di design. Importanti sono le sue collaborazioni con l'Atelier Mendini di Milano e con numerose aziende, fra cui Alessi, Salviati, Cappellini, CVM, Ritzhenoff e Ceramiche Rigoni.

Oltre che designer e artista, apprezzata per il suo lavoro sia in Italia che all'estero, Anna Gili è docente presso atenei prestigiosi, come il Politecnico di Milano (dove afferisce alla Facoltà del Design) e l'Accademia di Belle Arti di Brera. Ha poi collaborato e tenuto corsi presso numerosi istituti stranieri, fra cui l'esclusiva CAA China Academy of Art.

Anna Gili is an Italian artist and designer, one of the leading figures of international design. Born in Orvieto, she graduated from the ISIA Institute of Florence in the 1980s and then moved to Milan, but she never gave up her strong Umbrian roots. She combines her passion for Renaissance art with a love for modern design. This combination, as well as influences from her various interests, is evident in her artistic production, from the performances and installation artworks of her youth to her design objects. Over the years, she has taken part in important collaborations with Atelier Mendini in Milan as well as with numerous companies, such as Alessi, Salviati, Cappellini, CVM, Ritzhenhoff and Ceramiche Rigoni.

Besides being an internationally appreciated designer and artist, Anna Gili has taught in prestigious universities, such as Milan Polytechnic (Faculty of Design) and Brera Academy. She has also collaborated and held courses in many foreign institutes, among which the exclusive CAA China Academy of Art.



Nel merletto ho scelto l'immagine di una cervo, elegante e discreta, legata al mondo femminile. Il cervo è un animale misterioso, che si erge su sottili zampe, la cui testa termina con la forma di un albero. L'associazione al mistero e al sacro è immediata.

Il suo habitat naturale: il bosco lo rende legato ai racconti magici nordici, ricchi di storie e racconti mitologici.

Tra le più famose c'è quella scritta da Esopo già 600 anni avanti Cristo nel bel racconto: Il cervo e il leone.

AG



e Brasile, perché il design italiano in questo momento sta vivendo una profonda crisi di identità ed è quindi ormai una sorta di recinto, di nome, di brand incapace di vedere il nuovo. Allo stesso tempo, il mio lavoro è particolarmente apprezzato e riconosciuto in Asia, dove sono anche stata chiamata a insegnare e a tenere corsi e workshops nelle scuole, come la China Academy of Art di Hangzhou⁴, che è la più prestigiosa e quella che tiene i rapporti con l'Occidente. In Corea, poi, ho tenuto una mostra antologica nel museo ufficiale della città di Seul⁵. Sono anche stata in Brasile come ambasciatrice del design italiano, perché sono un'amante della cultura latina, alla quale il mio design è molto legato, anche in virtù del mio interesse per il colore e la ricerca su di esso.

Trova molto diverso lavorare all'estero o in Italia?

Sicuramente c'è una grossa differenza. Io personalmente trovo molto più semplice relazionarmi ed essere compresa all'estero che non in Italia – e quando parlo di Italia mi riferisco soprattutto a Milano. Milano è una città che io ho sempre amato, fin da bambina. Eppure, anche se ormai vivo e lavoro qui da anni, le sono del tutto aliena. All'estero, invece, ho sempre avuto una certa facilità di relazione, forse anche perché sono stata introdotta da persone del luogo, ma che avevano lavorato qui, nel mio studio a Milano. Con queste persone si è instaurata una relazione prima qui e poi a volte, non sempre, questa relazione si è estesa anche nei loro Paesi. È una sorta di amore, di relazione basata su interessi comuni. Le differenze, certo, non mancano, anche se è difficile stabilire esattamente quali siano, perché l'Italia la conosco molto bene, è il mio territorio, di cui vedo pregi e difetti. All'estero invece si tende a vivere una situazione idilliaca, in cui si vedono i pregi ma non i difetti,

spinti dall'interesse verso il nuovo. C'è da dire, poi, che in Oriente soprattutto c'è una grandissima curiosità nei confronti dell'Occidente e del design milanese, ma loro sono in grado di apprezzare, proprio per una questione culturale, la mia attitudine alla rappresentazione simbolica, che qui in Italia non è particolarmente amata. Questa predisposizione orientale sicuramente facilita i contatti.

Cosa pensa del rapporto fra innovazione e tradizione nel mondo di oggi?

Sono due mondi completamente distinti. La tradizione è sicurezza, è legata a ciò che è sempre stato fatto e per cui non ci si domanda neppure più perché debba essere fatto così. Ha a che fare con qualcosa di acquisito, che si riproduce in una determinata maniera perché è così che funziona. L'innovazione, al contrario, presuppone incertezza, perché per innovare bisogna cercare qualcosa che non esiste, che non è ancora stato fatto, con tutti i rischi del caso. Ciò che è davvero interessante è mettere assieme queste due parole, creando un nuovo paradigma che io credo valga davvero la pena affrontare e su cui credo sia il caso di lavorare. L'esperienza, infatti, ci ha dimostrato che se l'innovazione non è basata sulla tradizione e sulla memoria è un salto nel buio, incapace di produrre gli opportuni cambiamenti, o comunque di renderli duraturi nel tempo. Prendiamo il caso delle avanguardie: le avanguardie in quanto tali cavalcano in genere un decennio, non di più, perché fungono da spaccatura con l'esistente, ma poi bisogna ricucire le fila tra il passato e il nuovo per creare qualcosa d'altro. Non si può spezzare il legame con tutto quello che c'è stato prima.

In quest'ottica di commistione fra innovazione e tradizione crede che l'artigianato esista ancora e possa dare possibilità di sovravvivenza ai giovani?



1/LSIA, Istituto Superiore Industrie Artistiche, Firenze <http://www.isiadesign.fi.it/>
 2/Abito sonoro (1984), P.A.C., Padiglione d'Arte Contemporanea, Milano; Seibu department store, Tokyo (1986); Kunstmuseum, Düsseldorf (1986)
 3/Persone dipinte (1986), Museo Alchimia, Milano
 4/China Academy of Art - <http://en.caa.edu.cn/>
 5/Seoul Arts Center - <http://www.sac.or.kr/eng/>

L'artigianato in Italia è ancora molto forte. Il *made in Italy* deriva dal saper fare, dal fatto a mano, per cui non si può non tenere conto dell'artigianato, che riveste ancora un ruolo fondamentale nella produzione di un oggetto, perché se non altro è necessaria l'eccellenza del fatto a mano che gli italiani sicuramente hanno. Questo continua a valere anche nel momento della produzione industriale, che è sempre una produzione industriale fra virgolette, perché la nostra è una produzione di carattere artistico, lontana dall'essere totalmente controllata dalle macchine.

Lei è quindi piuttosto ottimista sulle sorti dell'artigianato nel nostro Paese?

Sono molto ottimista, perché anche se negli Anni Settanta è stato fatto il grandissimo errore di decidere di eliminare la produzione artigianale a favore delle grandi industrie (che poi in moltissimi casi hanno rovinato il territorio), l'artigianato non è scomparso, ma anche nelle situazioni più difficili è rimasto sempre latente e non è mai finito. Questo significa che si tratta di una cultura molto forte, impossibile da sradicare. E questo è un bene, perché perdere le proprie radici significa di fatto segnare la propria fine: si fa tabula rasa, e poi? Al contrario, bisogna casomai investire sull'artigianato.

Crede che i giovani lo abbiano capito?

Bisogna vedere se qualcuno glielo ha saputo spiegare. I giovani oggi mi sembrano un po' alla disperazione e quindi non so cosa possano capire. Molti fuggono dall'Italia perché qui hanno a che fare con un Paese che non sa dar loro delle risorse. Il problema non sono i giovani, ma lo stato di anarchia che regna in Italia a tutti i livelli e che crea problemi a tutti, ai giovani e ai meno giovani.

Quindi è possibile che un bravo giovane artigiano italiano trovi più stimoli all'estero che non nella patria del *made in Italy*?

Sì, all'estero può trovare più stimoli perché lì si appropria il lavoro secondo una modalità più moderna. Certo, non si trova la stessa qualità che c'è qui, ma ci sono spiragli aperti per costruire il proprio lavoro di artigiano, di designer, di artista in maniera più ragionata. All'estero esistono realtà più avanzate, come il *coworking* e il *Fab lab*, vere e proprie culle di germinazione per le idee di giovani che iniziano ad accostarsi al lavoro in maniera diversa che non nel laboratorio di falegnameria del padre, dove si ripetono sempre le stesse cose. In un mondo globalizzato come il nostro anche gli approcci devono cambiare.

Cosa pensa dell'etica professionale?

L'etica è personale e molto importante, perché parlare di etica significa tirare le fila della propria anima, in un rapporto profondo non tanto legato a come viene eseguito il lavoro, ma al tipo di relazione con le generazioni future e con quello che capiranno di noi. L'etica della persona stabilisce anche quello che sarà il domani.

Lei quest'anno parteciperà con un progetto inedito alla sezione Merletti e Design della 13ª Biennale Internazionale del Merletto.

Cosa l'ha spinto a collaborare?

Beh, innanzitutto si tratta di una tradizione supercentenaria, da sempre legata e anzi direttamente derivata dall'arte. E poi, al di là della qualità e dell'abilità richiesta per realizzare un manufatto, è un'attività che è sempre stata fatta da donne. È una sorta di *mandala* occidentale e femminile, quindi come dire di no? Senza contare che attraverso il merletto si può fare una rivoluzione.

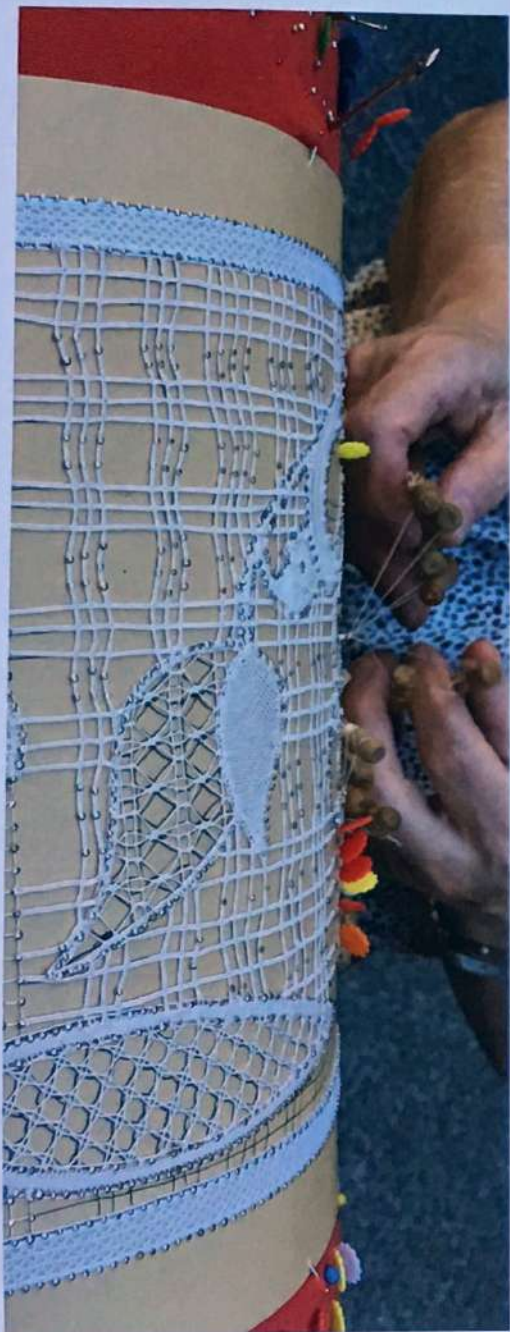
L'innovazione passa anche da qui?

L'innovazione passa dal modo di avvicinare il lavoro. Noi italiani vantiamo una qualità altissima sia del singolo manufatto che della rappresentazione, per cui non è lì che avviene l'innovazione, lì bisogna mantenere alto il

livello. L'innovazione passa attraverso la maniera in cui si realizza questo lavoro, in cui ci si relaziona con esso e in cui si coinvolgono altre entità per portarlo a termine, ma anche a quella in cui si impostano le scuole. Poi naturalmente dipende dagli interessi e dagli obiettivi che si hanno in mente.

Nella pagina a fianco e qui sotto fasi operative della realizzazione del progetto "Magic Deer" di Anna Gili, a cura del Comitato per la Promozione del Merletto - Cantù. Renata Casartelli. Le merlettaie che hanno partecipato al progetto: Graziella Cincotto, Giovanna Marelli, Mariateresa Maspero e Natalia Tagliabue.







Nella pagina a fianco e qui sopra fasi operative della realizzazione del progetto "Magic Deer" di Anna Gili, a cura del Comitato per la Promozione del Merletto - Cantù. Renata Casartelli. Le merlettaie che hanno partecipato al progetto: Graziella Cincotto, Giovanna Marelli, Mariateresa Maspero e Natalia Tagliabue.

Where is your research headed?

First of all I have to say that I have a very particular approach to design, which is the reason I call myself "borderline". This is due to the great passion for art I have had since my childhood days. After all, I was born in Umbria, right opposite Orvieto Cathedral. Art, particularly Renaissance art, is everywhere there and one can really soak it up. When I first approached design, I brought this very important cultural heritage with me. It was what led me, just after graduating from the Design School in Florence¹, to create artistic performances. One of these performances was a sonorous garment², which reflected my interest for non-verbal communication and therefore the whole natural world, animals in particular. Another performance worth mentioning was *Painted persons*³, for which I exhibited people as if they were living paintings and sculptures and which consisted in a face, clothing, jewellery and space installation project. Now, you may be wondering what all of this has to do with design. Well, it does have to do with it - the link is the design avant-garde. I graduated from the Design School in Florence and came to Milan right when, in the 1980s, the avant-garde was marking a turning point in the history of design. It was the avant-garde which made designers move from an aesthetically pleasant, functional design, which had originated partially from the *Bauhaus* and partially from Surrealism, to a more expressive one. In Milan there was a post-war design culture with very important leading companies. At the same time, however, criticism was growing of the traditional Milanese design in favour of a form of design closer to art.

And what about your recent projects?

Over the past two years I have dealt with emerging countries, particularly China, Korea and Brazil. These days, Italian design

is experiencing a strong identity crisis, which has turned it into a sort of a pen, a brand name incapable of seeing new things. On the other hand, my work is particularly appreciated and recognised in Asia. I was even asked to teach and hold courses and workshops in various schools there, such as the China Academy of Art in Hangzhou⁴, which is the most prestigious and the one liaising with the West. In Korea, besides, I have held a retrospective exhibition at the official museum of the city of Seoul⁵. I have also been to Brazil as Italian Design Ambassador. I am deeply in love with Latin culture, with which my design has a close connection, also because of my interest in colour and in the research upon it.

Do you find it very different to work in Italy or abroad?

There surely is a big difference. I personally find it easier to establish relationships and to be understood abroad rather than in Italy - and when I say Italy, I am referring to Milan in particular. Milan is a city I have always loved since I was a child. And yet, even now that I have been living and working here for years, I am completely alien to it. This does not happen abroad, where I have always found it relatively easy to build relationships. This ease may be due to my being introduced by local people who had previously worked in my studio in Milan. Relationships with these people were first built here and then in some cases they continued and grew in their own countries. It is a sort of love, a relationship based on common interests. Differences do exist, of course, although it is not easy to determine exactly where they lie. Italy is my territory, I know it very well and I can see its strengths and weaknesses. When we are abroad, conversely, we tend to live an idyllic situation: our interest for novelty makes us see the pros but not the cons. We also have to say that especially in the Far East people show

a great interest in the West and in Milanese design. What is more, their culture allows them to appreciate my penchant for symbolic representation, which the Italians are not so keen on. This predisposition of the East surely makes relationships easier.

What do you think of the relationship between tradition and innovation in today's world?

They are two completely different worlds. Tradition means certainty, it is linked with what has always been done - so long that we do not even wonder why it has to be done that way anymore. It has to do with what is widely known and accepted, and is therefore continuously repeated in a certain way, because this is how it works. Innovation, on the other hand, implies uncertainty, because creating something new means seeking something that does not exist yet, something that has never been done before. It is a risky process. What is actually very interesting is a combination of these two words, the creation of a new paradigm which in my opinion is really worth exploring and on which I think we should work. Experience has taught us that innovation has to be based upon tradition and memory to bring about the necessary changes and make them last. Otherwise it is a leap in the dark. Let us take the case of the avant-garde: the avant-garde as such typically lasts for not more than a decade, as it breaks with what exists, but then it is necessary to heal the split between the past and the novelty to create something different. You cannot just break the bond with all that was before.

In this perspective of a combination between tradition and innovation do you think that handicraft still exists? Can young people can make a living out of it?

Handicraft is still very strong in Italy. The *made in Italy* sector has its roots in a practical know-how and expertise in handmaking. Therefore,

we cannot ignore handicraft, which still has a pivotal role in the production of single objects, if only because of the necessary handmaking excellence which the Italians surely have. The same goes for industrial production - which is not even an actual industrial production, as our production is artistic in nature and far from being controlled entirely by machines.

You seem to be quite optimistic about the fate of handicraft in Italy?

I am very optimistic, because even if in the 1970s they made the big mistake of deciding to eliminate artisanal production in favour of large factories - which in many cases ended up ruining the territory -, handicraft did not disappear. Even in the most difficult situations, it remained hidden and never ended. This means that it is a very strong culture, impossible to eradicate. Which is a good thing, because losing your roots means basically signing your own death warrant: a clean sweep, and then? On the contrary, we should invest in handicraft.

Do you think young people have realised this?

It depends on whether someone explained this to them or not. Today's young people seem to be without hope, I honestly do not know how much they can understand. Many flee Italy: here they have to deal with a country incapable of offering them any resources. The problem is not young people, but rather the state of anarchy reigning at all levels in Italy. It creates problems to everyone, young and old.

Could it be possible for a good young Italian artisan to find more incentives abroad rather than in the homeland of made in Italy?

Yes, they can find more incentives abroad, where they approach work in a more modern way. Surely you cannot find the same quality as here, but there are chances for artisans, designers and artists to organise their own work in a more reasoned way. There are more advanced realities abroad, such as *coworking*

and *Fab labs*, which indeed are cradles of ideas for young people who start approaching the work in a different way than they would do in their father's carpenter's shop, where they would just repeat the same old things again and again. In a globalised world like ours, our approach to work needs to change, too.

What is your opinion about professional ethics?

Ethics is a personal and very important matter: to speak of ethics is to take stock of your own soul. It is a deep perspective which does not really have to do with the way your work is carried out, but rather with the kind of relationship you will have with the future generations and their understanding of us. Personal ethics defines what tomorrow will be like.

You are taking part in the Merletti and Design section of the 13th International Lace Biennial with a new project. What made you decide to collaborate?

Well, first of all lacemaking is a centuries-old tradition which has always been linked with art, or rather originated from it. Moreover, besides its quality and the skill it requires to create an artefact, this activity has always been done by women. It is a sort of Western and feminine *mandala*, so how could I refuse? Not to mention that a revolution can take place through lace.

Is lace a path to innovation?

The path to innovation is the way work is approached. We Italians boast very high quality with regard to both single artefacts and representation: it is not there that we need to innovate, we need to keep the level high. The path to innovation is the way this work is carried out, the way we approach it and we cooperate with other people and institutions to complete it, as well as the way we organise schools. Of course it depends on the aims and goals we have in mind.



*in alto a sinistra:
Puppy - Ceramica smaltata 2013*

*a sinistra:
Abito Sonoro - Performance P.A.C - Milano 1984*

*sotto:
Tavolino Cat - Plexiglass 2016*





CRO (Anna Gili iconic design) - Design Sculpture Installation - Triennale di Milano 2017