

# EL ART DÉCO EN ITALIA: ETAPAS DE VALORIZACIÓN

Romeo Carabelli  
Universidad de Tours, Francia

Este texto analiza las dinámicas de valorización del Art Déco en el último decenio, prestando una atención específica a la constitución de un espacio de referencia para los objetos que, en Italia, se califican, muy a menudo, sencillamente como «Déco» (Fig. 1).

Utilizaremos tres apartados para presentar esta dinámica y para plantear cuestiones que nos parecen ineludibles. La primera de las tres partes se centra sobre un artículo periodístico que analiza subastas, la segunda sobre una exposición celebrada en Milán y contemporánea del artículo citado anteriormente y la tercera la «divulgación» de las obras de Giò Ponti, arquitecto milanés, icono de la producción Art Déco.

Nuestra hipótesis interpretativa propone la valorización del Déco como un hecho que escapa al espacio científico, artístico e histórico para vincularse a los mercados de los objetos de arte y de artesanía, y también al de las exposiciones. Para entender las realizaciones múltiples y complejas que constituyen el campo de acción de la valorización del Déco, resulta indispensable trabajar de manera simultánea en varios aspectos teniendo cuidado en conservarlos interconectados y «visibles» (Fig. 2).

## «CAVALCANDO L'ART DÉCO»

En la edición del 15 de febrero de 1999 del *Corriere della Sera*, uno de los diarios más importantes de Italia, encontramos un artículo con un título cautivador: «Cavalcando l'Art Déco» (Manazza, 1999). El periodista Paolo Manazza – especialista en temas económicos y en subastas – se aleja del espacio al que se dedica tradicionalmente para introducir una serie de consideraciones vinculadas al arte. El autor aprovecha una vuelta al mercado de los apasionados por el Déco, para analizar los vínculos entre el mercado y las modas culturales y artísticas.

Utiliza los precios del mercado como indicadores pertinentes y fiables del valor cultural y artístico de las producciones antiguas: *«Checchè ne decano i falsi “puristi”, la voce economia è sempre più un chiaro indicatore delle mode culturali e artistiche in atto»*. Esta situación incita a renovar los posicionamientos científicos y las cuestiones interpretativas que, por varios motivos, se adaptan menos al mundo de las obras recientes, todavía presentes en la memoria directa y que, sin embargo, todavía no pertenecen del todo a la historia.

La toma en consideración de los mercados de compraventa indica un desbordamiento de la economía –en realidad más bien de las finanzas que de la economía– en los espacios del arte y de su interpretación. Este artículo que, quizá, podemos calificar de excesivo, tiene sin duda el mérito de obligarnos a considerar las cuestiones vinculadas con los procesos de valorización de los objetos materiales, y abre procesos de análisis y reflexión no tradicionales para la historia del arte y la arquitectura.

Esta lectura alternativa de los hechos y de las modas artísticas que considera las pugnas económicas, tiene una resonancia especial con ocasión del Coloquio «Reconsiderar los límites: la arquitectura a través del espacio, el tiempo y las disciplinas» (INHA y Society of Architectural Historians, París, 2003). En el transcurso de este coloquio, se recordó el vínculo que existe entre la producción de la historia del arte y de la arquitectura y los actos de valorización de los objetos (Sesión: «Reconsiderar los límites temporales: la historia de la arquitectura y el desafío del patrimonio moderno»). Es precisamente gracias a la financiación de las instituciones encargadas de los expedientes de valorización patrimonial por lo que cierto número de estudios de historia del arte y de la arquitectura fueron realizados teniendo como consecuencia orientar la producción científica. Sin embargo, no defendemos la existencia de una relación de dependencia intelectual, sino más bien la influencia de un memorando patrimonial sobre los estudios históricos.

En efecto, la interacción entre los mercados y el arte no es nueva, al contrario, está sólidamente confirmada; lo que caracteriza al Art Déco es la introducción de las fluctuaciones del mercado en la constitución de la crítica y de su valorización. En este aspecto, tampoco estamos exactamente en un marco totalmente nuevo, ya que los vínculos entre el arte contemporáneo y el mercado no son desconocidos. El Art Déco es un caso particular: el último de los «estilos antiguos», el último de los movimientos cuya fase productiva se acabó antes de la contemporaneidad actual, se sitúa en el eje entre lo antiguo y lo contemporáneo y presenta características a la vez típicamente antiguas, y a la vez evidentemente contemporáneas.

Las obras llamadas «Art Déco» se sitúan, finalmente, en un tiempo todavía demasiado cercano para pertenecer del todo a la historia, pero, al mismo tiempo, «envejecen» y se ven inmersas en su recorrido de pertenencia a la historia (su camino hacia el reconocimiento histórico) que pasa por una valorización global de la producción: edificios, muebles, joyas, cerámica...

En el tránsito al siglo XXI –el artículo citado es de febrero de 1999– el Art Déco se caracteriza por su valor de intercambio que aumenta más rápidamente que el de otros objetos de arte y artesanía: *«L'ultimo carnevale del secolo sembra aver contagiato il gusto. Come una sorta di "gran ballo in maschera" tutte le fasi che hanno attraversato il Novecento sono state identificate e analizzate. Poi moltiplicate. Elevando ogni frammento a stile da recuperare. Anche il mercato dell'arte partecipa a questo processo. Recentemente tutte le vendite all'asta dedicate non solo ai grande movimenti novecenteschi, ma persino alle arti decorative, quelle applicate o al design del XX secolo sono state accolte con entusiasmo. I prezzi più alti hanno riguardato soprattutto le produzioni comprese tra il 1920 e il 1930. Fenomeno nel fenomeno, l'Art Déco –almeno a livello internazionale– ha ripreso a seminare cultori»* (Manazza, 1999). Estimamos que este súbito aumento señala, al mismo tiempo, un «descubrimiento» y una anterior subevaluación del Déco.

Al final de la recesión que caracterizó el mercado de subastas de los años 1990, los objetos Art Déco se encuentran en una nueva situación: sus precios de ventas aumentan mucho más rápidamente que los de otros bienes comparables. En 1998, Sotheby's London pone en subasta una pareja de lámparas del maestro Émile-Jacques Rullman. El precio de apertura del primero fue fijado en 80.000 Libras y llegó hasta las 298.000 Libras mientras que el segundo fue adjudicado en 76.000 Libras, ¡es decir 14 veces el precio de salida! Esta situación era general tanto en las sedes de Sotheby's como en las otras casas de subastas.

Como consecuencia de estos aumentos, las dos mayores empresas de subastas establecieron ventas temáticas. En 1999 Sotheby's programa ventas que se componen de dos sesiones dedicadas a las artes decorativas después de haber probado el mercado con una sesión «Art Déco» en 1998. Christie's promueve también ventas específicas con una sesión Art Déco en 1999 en Londres. Esta sesión seguía al gran éxito de las subastas de la joyería Déco del invierno anterior en Ginebra. Este entusiasmo por el Art Déco ya no es tan evidente en el 2007.

Las filiales italianas de las dos empresas emblemáticas, así como las casas nacionales, siguen este movimiento proponiendo, ellas también, sesiones «Art Déco». Las ventas consiguen un éxito inmediato, en parte gracias a la diferencia entre los precios practicados en Italia y los del mercado anglosajón, más maduros.

En el mismo período, las sociedades de subastas introducen las *house sales*, un modelo de venta que valoriza correctamente el Art Déco. Se trata de ventas parciales o totales de colecciones privadas, presentadas en sus entornos habituales y no en los salones usuales. Estas ventas parecen más eficaces frente a una clase de productos (objetos de artesanía artística, obras de artes menores, muebles...) y a una clase de potenciales compradores, un público no profesional, más joven y relativamente menos acomodado que los compradores clásicos.

La Señora Milena Sales (responsable de las relaciones exteriores y del marketing de Christie's Italia, Manazza, 2004) nos describe al comprador potencial y nos explica la posición de las sociedades de subastas; al mismo tiempo, nos enseña uno de los segmentos de mercado que permite la valorización de los objetos del Art Déco: un público más joven, sensible a la compra de muebles y objetos destinados a un uso directo y no como inversión: «*Un terzo nucleo di compratori è composto da esponenti delle nuove generazioni alla ricerca delle proprie radici, che, acquistando mobili e suppellettili, intendono ricreare ambienti simili a quelli in cui hanno trascorso gli anni dell'infanzia, sempre ricordati con nostalgia*» (Torretta, 21-02-1999). Dicho esto, las cantidades gastadas para adjudicarse esta clase de bienes nos lleva a reflexionar. Los muebles recientes de anticuarios se pueden utilizar a diario y tienen un coste cercano al de los muebles del gran diseño actual pero gracias al estatus patrimonial, su valor comercial no corre el peligro de hundirse. Por lo tanto, podemos considerarlos como bienes «refugio», como lo es la joyería que, por otra parte no conoció la crisis de los años 1990.

Se trata de objetos excepcionales o únicos, objetos de lujo que se convierten en objetos «de culto», fabricados para clientes ricos y para la nobleza, que conservan un poder de fascinación, incluso después de decenios, merced a su estética pero también a la calidad de los materiales utilizados.

Comprobamos que el mercado de finales de los años 1990 es muy favorable a los objetos Art Déco, el contexto es propicio para darle un valor económico del que carecía anteriormente. Notaremos también, en el mismo período, un número creciente de exposiciones sobre el Art Déco en Italia del norte. Estas últimas forman parte, de igual modo, de un mercado, incluso si –por cuestiones de pudor y para no herir la sensibilidad de los operadores– se habla más bien de una oferta cultural.

No tenemos pruebas para defender la existencia de un vínculo directo entre las exposiciones de Art Déco y las proezas económicas de sus objetos, para confirmar una eventual causalidad entre exposiciones y aumento de precios, dependiendo una de la otra. En cambio, estamos persuadidos de la existencia de un vínculo entre la reeva-

luación del pasado, el aumento del número de exposiciones y el del precio de venta de los objetos Art Déco.

El espacio cultural dedicado a la valorización del Déco, probablemente una sub-componente del Déco sin más, ha sido creado. Respecto del caso italiano, observamos que su subestimación y su valoración tardía podrían vincularse a su desarrollo en los años del período de entreguerras, marcadas por el régimen de Mussolini y, de alguna manera, apartado.

El Art Déco no era un «estilo fascista», como lo demuestra su desarrollo en los países que no conocieron regímenes fascistas. Observamos, sin embargo, que la *Biennale delle arti decorative* de Monza fue transformada en *Triennale di Milano*, herramienta de propaganda y de escenificación del poder. Además, las obras Art Déco fueron muy apreciadas por la burguesía italiana, vinculada al régimen en el poder (Fig. 3).

El análisis del período todavía no se ha «estabilizado», como lo ha demostrado claramente el desacuerdo en relación con el estatus de los artistas (vinculados al poder o simplemente en activo en aquel tiempo) entre M. Pierre Milza y M. Cesare De Seta, con ocasión de la velada dedicada a la *Mostra d'Oltremare* de Nápoles, organizada en el Istituto Italiano di Cultura de París, el 19 de septiembre 2006.

## EL GUSTO Y EL ESTILO

La Sra. Rossana Bossaglia, la especialista del Déco más conocida de Italia, sostiene que el Déco es un gusto más que un estilo. Sus argumentos son convincentes y la síntesis de su análisis se ha convertido en una muletilla o más bien en un eslogan, utilizado en cualquier ocasión y reutilizado por los que necesitan transmitir mensajes fácilmente comprensibles. Tenemos la impresión de que la utilización hecha de esta muletilla no es consecuencia de una mera necesidad de claridad sino también de la voluntad de situarse entre los «sabios», aquellos que no caen en la trampa de considerar el Art Déco como un estilo, al igual que el Art Nouveau . . . Hacemos nuestra la definición – ¡ también nosotros ¡- porque nos es útil para analizar la valorización del Art Déco.

Lo que caracteriza la propuesta del término «gusto» es la coincidencia temporal entre una interpretación estética, una manera de concebir el hábitat y sus enfoques técnicos. Este instrumento se estableció sin explicitar formalmente unas normas que pudieran orientar las acciones de los productores (artistas y artesanos) y las experiencias de los usuarios (privados, instituciones públicas. . .). Los objetos y los edificios Art Déco representaron lo moderno sin ser revolucionarios: propusieron una muta-

ción sin fractura, aceptada por el poder establecido e inmediatamente integrada en la producción y el consumo.

A finales del siglo XX, asistimos a la valorización del Déco, sin una referencia teórica constitutiva o un «manifiesto» ideológico fundador de esta valorización: casi una (re)proposición del «gusto» Art Déco, esta vez patrimonial.

Consideramos las valorizaciones contemporáneas de las producciones antiguas, antaño menospreciadas o consideradas «menores», como fenómenos cuya organización se aproxima mucho a la formación del «Gusto Déco», proceso sin solución de continuidad respecto de otros procesos en curso que permite el solapamiento entre estos, sin respetar un orden patrimonial predeterminado.

### «MILANO DÉCO: LA FISIONOMIA DELLA CITTÀ NEGLI ANNIVENTI»

El segundo pretexto para hablar del Déco y de su valorización es la exposición *Milano déco, la fisionomia della città negli Anni Venti* celebrada en Milán en 1999. Tomamos esta exposición como referencia a causa de su situación temporal en los inicios de la valorización pública del Déco en Italia y considerando el corpus expuesto (Figs. 4 y 5).

Esta exposición cuyos organizadores fueron Rossana Bossaglia y Valerio Terraroli, giraba alrededor de una propuesta múltiple: monumentos funerarios del Cimitero Monumentale (Cementerio Monumental), la Stazione Centrale (la estación principal de trenes de la ciudad) con sus estancias reales, unos inmuebles, entre ellos un cine, y una colección de cerámicas creadas por Giò (Giovanni) Ponti y realizada por la Manifattura di Doccia. Los visitantes podían concentrarse en uno solo de sus componentes o disfrutar de su punto fuerte –la heterogeneidad de las obras expuestas– y disfrutar de ella en su totalidad (Fig. 6).

Esta exposición, que fue un estreno para el gran público, tenía previsto un catálogo doble: el principal, con formato grande y 200 páginas, y una versión reducida, simplificada y más económica. La visión global del sistema de exposición era tan rica que resultaba difícil abarcarla en toda su amplitud, salvo por la mediación del notable catálogo que funcionaba como un formidable «catalizador de complejidad».

En efecto, los comisarios de la exposición han logrado con la nueva propuesta de la complejidad de un gusto / estilo cultural y la presencia conjunta de varias exposiciones parciales, la posibilidad de configurar su propia aproximación al Déco. Desgraciadamente, operaciones de esta amplitud –intelectual, organizativa y logística– son

muy difíciles de concebir, gestionar, y por lo tanto de realizar. En la ciudad de Milán, ya no tuvimos más oportunidades de asistir a una operación de esta envergadura. Por supuesto, tuvieron lugar varias exposiciones de gran calidad y riqueza, pero se focalizaban en temas o estilos más delimitados.

Observamos que, con ocasión del *Salone internazionale del mobile* (salón anual, [www.cosmit.it](http://www.cosmit.it)), la ciudad se anima alrededor de los espacios de la exposición oficial, con una profusión de exposiciones, acontecimientos y encuentros culturales vinculados a las obras y a las arquitecturas realizadas por los arquitectos/diseñadores de hoy en día ([www.fuorisalone.it](http://www.fuorisalone.it)). Esta gran riqueza nos demuestra que la ciudad está capacitada para organizar actos múltiples, con una pluralidad de eventos de orden cultural; en este caso, el catalizador de complejidad es el *Salone internazionale del mobile*. Probablemente la multitud de proyectos de actuación puesta de relieve en estas circunstancias es posible porque se trata de un gusto/estilo cultural actual.

El Cementerio Monumental (inaugurado en 1866, proyecto de Carlo Maciachini – [www.monumentale.net](http://www.monumentale.net)) morada de sepulcros nobles y delicadamente elaborados, fue una de las sedes de la exposición, que siguió el diseño de un recorrido de valorización de las esculturas y de las tumbas Art Déco (Fig. 7).

La participación de los sepulcros en la creación del espacio de valorización del Déco es evidente, objetos totalmente ajenos a cualquier mercado y elevados, por definición, al rango de monumentos, constituyen una presencia estable, de larga duración, en el imaginario colectivo (Figs. 8, 9 y 10).

La valorización de las presencias Art Déco en el cementerio coincidió con el nacimiento de una serie de publicaciones/guías sobre el cementerio y sus obras de arte (*Il Monumentale di Milano, Guida all'architettura e alle opere d'arte*, Melano, 1994, *Il cimitero monumentale di Milano, Guida storico-artistica*, Ginex, 1997). Apreciamos también la aparición de una pequeña y, sin embargo, significativa exposición permanente que da valor a las riquezas artísticas del lugar.

La Stazione Centrale, la más importante de las estaciones de ferrocarril de Milán (proyecto de Ulises Stacchini, inaugurado en 1931, varios años después de su concepción que es anterior a la primera guerra mundial), fue, ella también, lugar expuesto y lugar de exposición. Un recorrido de valorización se organizó para profundizar en el conocimiento de este lugar. Fue ésta una de las escasas oportunidades en que se abrieron las estancias reales de la estación, los salones reservados a la familia real que, después del asesinato del rey Humberto I, ya no residía en la ciudad (Figs. 11, 12 y 13).

El larguísimo proceso de construcción de la estación le brindó la oportunidad de incorporar una parte de las modificaciones en curso en los primeros decenios

del siglo XX. Concebida en el período de un eclecticismo tardío, se realizan sus decoraciones en los años 1920 y muy al principio del *Novecentismo*, sin olvidar, evidentemente, el período Art Déco, estéticamente próximo de la *Sezession* vienesa en este caso.

En este punto, resulta más difícil disociar las características del gusto Déco de la pompa iconográfica del régimen fascista; se notan los efectos de la toma del poder por parte del partido único en las ornamentaciones de la estación: desde los logotipos del partido hasta la presencia de una imagen de Mussolini en los paneles decorativos de las estancias reales. Esta coexistencia, que no fue sólo temporal, es una de las razones del menosprecio hacia el Déco hasta los últimos años del siglo. El reconocimiento, aunque tardío, lo fue todavía más en Italia que en otros países.

El carácter globalizador de la exposición integraba de igual manera edificios más corrientes: principalmente viviendas y también edificios de alquiler y oficinas. El catálogo general procura realizar un inventario exhaustivo de la presencia del Déco en los edificios de la ciudad, mientras que el catálogo reducido ofrecía una selección emblemática. Este documento reducido expuso también en los carteles y en los folletos que se destinaban al público en general, con la intención de hacer inmediata y perceptible la lectura de las características del Déco (los edificios enseñados en la iconografía de este mismo texto son los que se escogieron para este «concentrado estético»).

Es efectivamente muy difícil buscar vínculos pertinentes entre economía y cultura en el marco de la valorización de estos inmuebles; aunque estén presentes en el mercado inmobiliario, contrariamente a la estación y al cementerio. Las transacciones inmobiliarias son, efectivamente escasas y reservadas. Además, el mercado de los diez últimos años está definido, en su componente principal, por cuestiones que son ajenas a la calidad intrínseca de los edificios o de su estética.

Algunos encuentros informales con agentes inmobiliarios nos permiten afirmar la inexistencia de una especificidad del Déco. Déco, Liberty (Art nouveau) y Eclecticismo de calidad componen, en esencia, un reducto de mercado genérico denominado: «en style».

El caso de las cerámicas realizadas por la *Manifattura di Doccia* durante la dirección artística de Giò Ponti (1923-1930) es, en cambio, radicalmente diferente. La exposición de estas obras, organizada en el palacio Marino alla Scala, fue significativa del fenómeno de la valorización del gusto Déco.



## GIÒ PONTI Y LA «MANIFATTURA DI DOCCIA»: LA VALORIZACIÓN REPETITIVA

Giovanni Ponti, llamado Giò (1891-1979), fue uno de los personajes fundamentales del panorama italiano de la producción Art Déco. Figura polimorfa –arquitecto, diseñador, periodista y ensayista– marcó la arquitectura italiana del siglo XX. En lo que concierne a «su» período Déco, le pertenecen unas arquitecturas (entre las cuales se considera la casa Via Randazzo (Fig. 14) como el producto más significativo), muebles (con Emilio Lancia, lanza la marca *Domus nova* para *La Rinascente* en 1928) y su producción de cerámicas, que obtuvo premios tanto en las *Biennale d'Arti Decorative* de Monza (1923, 1925 y 1927) como en la famosa Exposición parisina de arte decorativo de 1925.

Capaz de acometer la creación en escalas y campos diferentes, tuvo el mérito de fundar la revista *Domus* (enero 1928), verdadero intérprete y vehículo, aunque tardío, de difusión del gusto Déco. Esta revista, que dirigió hasta 1940, se dirigía a profesionales de la arquitectura y del diseño, pero también a potenciales compradores, proponiéndoles un gusto moderno que no se basaba en una repropuesta de antiguos modelos formales.

La exposición valorizaba principalmente la producción decorada con temas clásico-mitológicos y arquitectónicos. En efecto, en estas obras es donde el estilo de Ponti se desarrolló de la manera más significativa. Las *statuillas* (figurillas, la palabra utilizada en Doccia) de Ponti constituyeron una serie rica de personajes que ocupaban principalmente las *Passeggiata archeologica* y *Conversazione classica* (Paseo arqueológico y conversación clásica). Dejaron tal huella en la mente que la *Manifattura di Doccia* las ha reinterpretado para introducir las en la producción actual, la serie de las *Pontiane*, verdadero ejemplo de neo-Déco (Fig. 15).

Las presencias arquitectónicas en las decoraciones de Ponti son significativas y van desde las evocaciones más clásico/renacimiento (como en el florero *Serliana*, evocación más que explícita a Sebastiano Serlio), hasta arquitecturas imaginarias como en los platos de las fuentes *Agata* y *Donatella*, las únicas piezas que todavía se producen por encargo. Ponti se preocupa también por hacer visible la profundidad del espacio; como en el florero *Prospettica* y en las representaciones en axonometría de los suelos y de las telas del fondo que representan «conversaciones» o «paseos» (Figs. 16 y 17).

Además de las piezas muy finas, algunas de las cuales fueron realizadas como pieza única, caso de las *ciste*, Ponti creó también series más sencillas, destinadas al mercado «habitual», a la vez que introducía nuevos modelos para objetos de uso cotidiano.

La valorización de las obras de Giò Ponti es la tercera parte que utilizamos para abordar el asunto de la valorización del Art Déco en Italia. La producción de Ponti de Doccia fue objeto de una puesta en valor que nos parece representativa de todo el universo Déco. Olvidada en los últimos decenios de la vida del artista (¿voluntad de no enseñar un período de su vida?) fue expuesta en 1977 (Bojani, 1977) en Faenza, ciudad de la cerámica por antonomasia, y, en 1982, en la academia de Bellas Artes de Brera, Milán. Esta última exposición fue dotada con un rico catálogo (Portoghesi, 1982).

Con la exposición antológica organizada por el museo Ginori di Doccia en 1983 en Florencia se sale de los espacios estrictamente dirigidos a los especialistas, a los iniciados en este campo (se trate de la cerámica o de las bellas artes) para presentarse ante el gran público. Pero, también aquí, el propietario/productor es quien se encarga de la valorización; un vínculo puro y sencillo con los valores culturales de los objetos expuestos no está maduro todavía.

Es sólo a partir de la exposición *Milano Déco* de 1999 cuando se asiste a una valoración destinada al gran público, de un producto que, finalmente, se consagra como obra de arte sin más. A partir de este momento, podemos observar una presencia casi continua de estas cerámicas, un entusiasmo que nos parece significativo de la creación de un espacio cultural: expuestas de nuevo en Milán en el 2000 (en esta ocasión, el especialista y coleccionista de cerámicas de Ponti Loris Manna dirigió un catálogo global de la producción Ponti/Doccia, Manna, 2000), luego en Aosta en el 2003, en el marco de la expo *Art Déco in Italia*, en la primavera del 2004 en Roma en la exposición *Il déco in Italia* y, también en el 2004, en Milán en la exposición *Milano anni Trenta*.

Además, se glorifica en 2002-2003 la figura de Giò Ponti con la gran exposición itinerante *Giò Ponti: a world*, organizada y realizada por el Design Museum de Londres (mayo-octubre 2002), el Netherlands Architecture Institute de Róterdam (octubre 2002-enero 2003) y la Triennale de Milán (febrero-abril 2003). En efecto, en estos años del 2000, casi siempre hay obras de Giò Ponti expuestas en Italia, sobre todo sus objetos de diseño y sus arquitecturas de los años 1950 (sin contar, evidentemente, lo que está expuesto en museos, especialmente el de Ginori di Doccia en Sesto Fiorentino y el del diseño industrial de la Triennale en Milán). Tenemos la impresión de que los espacios culturales de valorización del Déco y de la producción de Giò Ponti se han superpuesto parcialmente y han obtenido de ello ventajas mutuas (Fig. 18).

## LA IRRUPCIÓN DE UN CAMPO DE INTERÉS

Aunque su fase constitutiva y productiva se sitúa en los años 1920, se empezó a hablar del Art Déco en los años 1960, después de la primera retrospectiva, celebrada en el Museo Gallière, París, en 1957 (Bossaglia, 1988). Si se hablaba de Art Déco, seguía siendo la componente menor del binomio *Art Nouveau/Art Déco*. Los especialistas y la crítica más atenta ya habían reconocido la separación y la autonomía de las dos «Artes», sin embargo, éste último fue ampliamente reconocido solo, después de la gran exposición parisina realizada como conmemoración a los 50 años de la más famosa celebrada en 1925 (Fig. 19).

Quizá el reconocimiento tan tardío de esta entidad artística debe vincularse a la composición de su sustancia generadora; es decir una expresión formal que no se apoyaba en una construcción intelectual consecuente. Su casi coincidencia temporal con el desarrollo del poderosísimo Movimiento Moderno no le facilitó la labor ya que este último ocupó casi en su totalidad el espacio de la crítica (Fig. 20).

Hasta los años 1990 el Déco no era uno de los temas presentes en el panorama de la divulgación cultural, sin embargo tampoco estaba más presente en los libros específicos. Dos de las historias de la arquitectura moderna, que se presentan simplemente como historias de la arquitectura, no incluyen la presencia del Art Déco (Frampton, 1982 y Benevolo, 1985). En cuanto a la ciudad de Milán, la guía del Touring Club Italiano (la mejor de las guías existentes en aquella época cuando las guías sobre arquitectura todavía no se difundían), y tampoco la obra de M. Grandi y A. Pracchi, especie de «biblia» de la arquitectura del siglo XX de la ciudad, hablan de Art Déco, aunque incluyan algunos de los edificios considerados en la actualidad como obras Déco (TCI, 1994 y Grandi, 1984).

Asistimos, pues, a la irrupción, entre los años finales de 1990 y principios del 2000, del Art Déco en sus múltiples facetas: interés renovado y afirmación pública de los coleccionistas –acción que provocó una fuerte alza de los precios– y un frenesí de exposiciones que tuvieron el gran mérito de ampliar el público y de convertir estas obras en populares (Fig. 21).

En el momento de redactar este texto, primavera del 2007, observamos que la asiduidad y la visibilidad del Déco en el espacio actual no han conservado el nivel de los años anteriores y ya no es tan apreciable. Después de unos diez años de acción asistimos a una especie de agotamiento y a la normalización del Déco, convertido de ahora en adelante en un campo cultural transformado en patrimonio al igual que los otros (Figs. 22 y 23).

En conclusión, podemos comprobar que la constitución de un campo cultural deriva de la convergencia de varios intereses diferentes y de su interacción. Una

feliz coincidencia temporal (¿una especie de tendencia de moda?) permitió a estos intereses organizarse en «animadores/facilitadores» para favorecer la constitución de esta construcción social que es el gusto; en nuestro caso, el vasto interés patrimonial por el Art Déco.

No nos parece posible establecer un vínculo de consecuencia directa, o de prioridad, entre los movimientos que participaron en la constitución de este campo cultural, ni afirmar que existe un *primus inter pares*, coordinador y de atracción global.

Sectores diferentes y actores múltiples catalizaron intereses culturales y económicos para llegar a la constitución de un sistema global que permitió el reconocimiento y la patrimonialización del Déco. Crearon y establecieron unas «funciones de campo», vínculos lógicos e imaginarios que estructuran la valorización y estructuran el estatus de los objetos Déco.

Nos parece significativo notar que en la constitución de este campo cultural participan objetos de dimensiones diferentes, que pertenecen a universos espaciales que tienen dimensiones extremadamente diferenciadas entre ellas: desde pequeños objetos de cerámica hasta la estación de tren. Unas clases de campos gravitacionales se han hecho visibles y se han unido entre ellos, se han complementado para activar una «constelación orientada», un espacio multi-sectorial con el fin de valorizar las obras Art Déco (Fig. 24).

La creación de este campo complejo es la resultante de varias actividades diferentes. Las empresas de subastas parecen las más rápidas y eficaces en la comprensión de la situación. No sólo asistieron a un aumento de los precios de las ventas sino que crearon las *house sales*, verdaderas acciones de creación de campos culturales (o de simulacros de estos) para atraer/desarrollar/fascinar el gusto de potenciales clientes.

La presencia de algunos personajes «claves» es evidente en el comienzo de este desarrollo. Pensamos que debemos considerar a dos personas físicas como origen de una significativa atracción: Giò Ponti, por su producción anterior, y Rossana Bossaglia, por su obra de apertura científica de campos culturales, entre los cuales destaca el Art Déco.

Estos protagonistas y origen de atracción, con otros muchos, tuvieron el mérito de sincronizar y aunar sus fuerzas con el fin de producir un sistema de fuerzas de nivel superior. Sospechamos la existencia de una parcial, y sin embargo consistente, inconsciencia de esta convergencia y de los complejos y riquísimos resultados que estimuló y realizó.

Por ello, dudamos que las características que acabamos de describir no sean propias del Art Déco y de su valorización contemporánea, sino que son constitutivas de

todos los actos de realización y/o transformación de un campo cultural de valores. Lo que hemos analizado en lo que concierne al Art Déco no debería ser, por lo tanto, único, sino que podría extenderse a todas las tomas de consciencia patrimoniales o, quizá mejor, a todas sus creaciones.



# L'ART DÉCO EN ITALIE: DES PARCOURS DE MISE EN VALEUR

Romeo Carabelli  
Université de Tours, France

Ce texte analyse les dynamiques de valorisation de l'Art Déco dans la dernière décennie, en portant une attention spécifique à la constitution d'un espace de référence pour les objets qui en Italie, bien souvent, sont qualifiés tout simplement de «Déco» (Fig. 1).

Nous utilisons trois entrées pour présenter cette dynamique et pour poser les questionnements qui nous semblent incontournables. La première des trois entrées c'est un article de presse qui analyse des ventes aux enchères, la deuxième une exposition tenue à Milan et contemporaine de l'article précité et la troisième la «mise en public» des œuvres de Giò Ponti, architecte milanais, icône de la production Art Déco.

Notre hypothèse interprétative propose la valorisation du Déco comme un fait qui sort de l'espace scientifique, artistique et historique pour se lier aux marchés des objets d'art et d'artisanat, mais aussi à celui des expositions. Pour comprendre les réalités multiples et complexes qui constituent le champ d'action de la valorisation du Déco, il est indispensable de travailler simultanément sur plusieurs plans en veillant à les garder interconnectés et «visibles» (Fig. 2).

## «CAVALCANDO L'ART DÉCO»

Dans l'édition du 15 février 1999 du *Corriere della Sera*, un des quotidiens les plus importants d'Italie, on trouve un article au titre captivant: *Cavalcando l'Art Déco* (Manazza, 1999). Le journaliste Paolo Manazza –spécialiste des sujets économiques et des ventes aux enchères– sort de l'espace dont il s'occupe traditionnellement pour introduire une série de considérations liées à l'art. L'auteur profite d'un retour sur le marché des passionnés du Déco, pour analyser les liens entre le marché et les modes culturelles et artistiques.

Il utilise les prix du marché en tant qu'indicateurs pertinents et fiables de la valeur culturelle et artistique des productions anciennes: *«Checchè ne dicano i falsi “puristi”, la voce economia è sempre più un chiaro indicatore delle mode culturali e artistiche in atto»*. Cette situation incite à renouveler les postures scientifiques et les questionnements interprétatifs qui, pour plusieurs raisons, sont moins adaptées au monde des œuvres récentes, encore présents dans la mémoire directe et pas encore complètement historicisés.

La prise en compte des marchés des ventes marque un débordement de l'économie –en fait plutôt de la finance que de l'économie– dans les espaces de l'art et de son interprétation. Cet article, qu'on peut qualifier peut être d'excessif, a certainement le mérite d'obliger à regarder les questions liées aux processus de valorisation des objets matériels, et ouvre à des processus d'analyse et réflexion non traditionnels pour l'histoire de l'art et de l'architecture.

Cette lecture alternative des faits et des modes artistiques qui prends en considération les enjeux économiques, a un écho particulier à l'occasion du Colloque «Repenser les limites: l'architecture à travers l'espace, le temps et les disciplines» (INHA et Society of Architectural Historians, Paris, 2003). Au cours de ce colloque, il a été rappelé le lien existant entre la production de l'histoire de l'art et de l'architecture et les actes de mise en valeur des objets (Session: «Repenser les limites temporelles: l'histoire de l'architecture et le défi du patrimoine moderne»). C'est grâce notamment aux financements des institutions en charge des dossiers de valorisation patrimoniale qu'un certain nombre d'études d'histoire de l'art et de l'architecture a été réalisé, avec par effet d'orienter la production scientifique. Nous ne soutenons pas, pour autant, l'existence d'un rapport de dépendance intellectuelle, mais bien l'influence d'un agenda patrimonial sur les études historiques.

L'interaction entre les marchés et l'art n'est certes pas nouvelle, au contraire elle est solidement confirmée; ce qui caractérise l'Art Déco c'est l'introduction des fluctuations du marché dans la constitution de la critique, et de la mise en valeur. Là encore nous ne sommes pas vraiment dans un cadre entièrement nouveau, car les liens entre l'art contemporain et le marché ne sont pas inconnus. L'Art Déco est un cas particulier: le dernier des «styles anciens», le dernier des mouvements dont la phase productive s'est achevée avant la contemporanéité actuelle, se situe à la charnière entre l'ancien et le contemporain et il présente des caractéristiques à la fois typiquement anciennes, à la fois évidemment contemporaines.

Les oeuvres dites «Art Déco» se positionnent, finalement, dans un temps encore trop proche pour être complètement historicisés mais, en même temps, ils «pren-



ment de l'âge» et sont immergés dans leur parcours d'historicisation qui passe par une valorisation globale de la production: bâtiments, meubles, bijoux, céramique...

Au passage du siècle –l'article cité est de février 1999– l'Art Déco se caractérise par sa valeur d'échange en augmentation plus rapide que celle des autres objets d'art et d'artisanat: *«L'ultimo carnevale del secolo sembra aver contagiato il gusto. Come una sorta di "gran ballo in maschera" tutte le fasi che hanno attraversato il Novecento sono state identificate e analizzate. Poi moltiplicate. Elevando ogni frammento a stile da recuperare. Anche il mercato dell'arte partecipa a questo processo. Recentemente tutte le vendite all'asta dedicate non solo ai grandi movimenti novecenteschi, ma persino alle arti decorative, quelle applicate o al design del XX secolo sono state accolte con entusiasmo. I prezzi più alti hanno riguardato soprattutto le produzioni comprese tra il 1920 e il 1930. Fenomeno nel fenomeno, l'Art Déco –almeno a livello internazionale– ha ripreso a seminare cultori»* (Manazza, 1999). Nous estimons que cette hausse soudaine signale, en même temps, une «découverte» et une précédente sous-évaluation du Déco.

À la fin de la récession qui a caractérisé le marché des ventes aux enchères des années 1990, les objets d'Art Déco se trouvent dans une situation nouvelle: leurs prix de ventes augmentent bien plus rapidement que ceux des autres biens comparables. En 1998, Sotheby's London met aux enchères un canapé et un paire de lampe du maître Emile-Jacques Rullman. Le prix d'ouverture du premier été fixé à 80.000 Livres et il a atteint les 298.000 Livres alors que le deuxième fut adjugé à 76.000 Livres, soit 14 fois le prix du départ! Cette situation était générale aussi bien dans les sièges de Sotheby's que chez les autres maisons de ventes aux enchères.

Suite à ces hausses des prix de vente, les deux entreprises majeures de ventes aux enchères ont mis en place des ventes thématiques. En 1999 Sotheby's programme des ventes comprenant deux sessions dédiées aux art décoratifs, après avoir testé le marché avec une séance «Art Déco» en 1998. Christie's lance également des ventes spécifiques avec une séance Art Déco en 1999 à Londres. Cette séance suivait le grand succès des enchères de la joaillerie Déco de l'hiver précédent à Genève. Cet engouement pour l'Art Déco n'est plus si évident en 2007.

Les filiales italiennes des deux enseignes, ainsi que les maisons nationales, suivent cette vague en proposant, elles aussi, des sessions «Art Déco». Les ventes rencontrent un succès immédiat, en partie grâce à l'écart entre les prix pratiqués en Italie et ceux des marchés anglo-saxons, plus mûrs.

Dans la même période, les sociétés de ventes aux enchères introduisent les *house sales*, un type de vente qui valorise bien l'Art Déco. Il s'agit de ventes partielles ou totales de collections privées, présentées dans leurs décors et non dans les salons ha-

bituels. Ces ventes paraissent plus efficaces vis-à-vis d'un type de produits (des objets d'artisanat artistique, des œuvres d'arts mineurs, des meubles...) et d'un type d'acheteurs potentiels, un public non professionnel, plus jeune et relativement moins aisé des acheteurs classiques.

Mme Milena Sales (responsable des relations extérieures et du marketing de Christie's Italie, Manazza, 2004) nous décrit l'acheteur potentiel et nous explique la position des sociétés de vente aux enchères; en même temps, elle nous montre un des créneaux qui permet la valorisation des objets Art Déco: un public plus jeune, sensible à l'achat de meubles et d'objets pour un usage direct et non pour un investissement: «*Un terzo nucleo di compratori è composto da esponenti delle nuove generazioni alla ricerca delle proprie radici, che, acquistando mobili e suppellettili, intendono ricreare ambienti simili a quelli in cui hanno trascorso gli anni dell'infanzia, sempre ricordati con nostalgia*» (Torretta, 21-02-1999). Ceci dit, les sommes dépensées pour s'adjuger ce type de bien fait toujours réfléchir. Les meubles récents d'antiquaire sont utilisables au quotidien et ils ont un coût proche de celui des meubles du grand design actuel mais, grâce au statut patrimonial, leur valeur commerciale ne court pas le risque de s'effondrer. On peut, donc, les considérer en tant que biens «refuge», comme l'est la joaillerie qui, d'ailleurs n'a pas connu la crise des années 1990.

Il s'agit de pièces rares ou uniques, objets de luxe qui deviennent objets «de culte», produits pour des clients riches et pour la noblesse, qui gardent un pouvoir de fascination, même après des décennies, grâce à leur esthétique mais aussi à la qualité des matériaux utilisés.

Nous voyons que le marché de la fin des années 1990 est très favorable aux objets Art Déco, le contexte est propice à lui donner une valeur économique qu'il n'avait pas auparavant. Nous remarquons également, dans la même période, un nombre croissant d'expositions sur l'Art Déco en Italie du nord. Ces dernières font partie, elles aussi, d'un marché, même si –pour des questions de pudeur et pour ne pas heurter la sensibilité des opérateurs– on parle plutôt d'offre culturelle.

Nous n'avons pas de preuves pour soutenir un lien direct entre les expositions d'Art Déco et les prouesses économiques de ses objets, pour confirmer une éventuelle causalité entre expositions et augmentation des prix, l'une fonction de l'autre. Nous sommes, par contre, persuadés de l'existence d'un lien entre la re-évaluation du passé, l'augmentation du nombre des expositions et celui des prix de vente des objets Art Déco.

Le champ culturel dédié à la valorisation du Déco, probablement une sous-composante de celui du Déco tout court, a été mis en forme. En ce qui concerne le cas italien, nous remarquons que sa sous-estimation et sa valorisation tardive pourraient se

lier à son développement dans les années de l'entre-deux-guerres, marquées par le régime mussolinien et, de quelque manière, mis de côté.

L'Art Déco n'était pas un «style fasciste», comme le montre son développement dans des pays que n'ont pas connu des régimes fascistes. Nous remarquons, par contre, que la *Biennale delle arti decorative* de Monza fut transformée en *Triennale di Milano*, outil de propagande et de mise en scène du pouvoir. En plus, les œuvres Art Déco furent bien appréciées par la bourgeoisie italienne, liée au régime au pouvoir (Fig. 3).

L'analyse de la période n'est pas encore «stabilisée», comme l'a bien montré le désaccord sur le statut des artistes (liés au pouvoir ou simplement actives à l'époque) entre M. Pierre Milza et M. Cesare De Seta, à l'occasion de la soirée dédiée à la *Mostra d'Oltremare* de Naples, organisée à l'Istituto Italiano di Cultura de Paris, le 19 septembre 2006.

## LE GOÛT ET LE CHAMP

Mme Rossana Bossaglia, la spécialiste du Déco la plus connue d'Italie, soutient que le Déco est un goût plutôt qu'un style. Ses arguments sont convaincants et la synthèse de son analyse est devenue un refrain, sinon un slogan, utilisé en toute occasion et repris par ceux qui ont besoin de transmettre des messages aisément compréhensibles. Nous avons l'impression que l'utilisation faite de ce refrain ne répond pas simplement à une nécessité de clarté mais aussi à la volonté de se placer parmi les «savants», ceux qui ne tombent pas dans le piège de considérer l'Art Déco en tant que style, comme l'Art Nouveau... Nous empruntons –nous aussi!– la définition parce qu'elle nous est utile pour analyser la valorisation de l'Art Déco.

Ce que caractérise la proposition du terme «goût» est la concordance temporelle entre une interprétation esthétique, une manière de concevoir l'habitat et ses approches techniques. Cet appareil s'est mis en place sans l'explicitation formelle de normes qui puissent encadrer les actions des producteurs (artistes et artisans) et les expériences des utilisateurs (privés, institutions publiques...). Les objets et les bâtiments Art Déco furent des représentants du moderne, sans être révolutionnaires: ils proposèrent une mutation sans fracture, acceptée par l'establishment et immédiatement intégrée dans la production et la consommation.

A la fin du XX<sup>e</sup> siècle, nous assistons à la valorisation du Déco, sans une référence théorique constitutive ou un «manifeste» idéologique fondateur de cette valorisation: une presque (re)proposition du «goût» Art Déco, patrimonial cette fois ci.

Nous estimons les valorisations contemporaines des productions anciennes, jadis sous évaluées ou considérées «mineures», comme des phénomènes dont l'agencement se rapproche beaucoup à la constitution du «Goût Déco», processus sans solution de continuité par rapport aux autres processus en cours et permettant le chevauchement entre ceux-ci, sans respecter un ordre patrimonial prédéterminé.

### «MILANO DÉCO: LA FISIONOMIA DELLA CITTÀ NEGLI ANNIVENTI»

Le deuxième prétexte pour parler du Déco et de sa valorisation est l'exposition *Milano déco, la fisionomia della città negli AnniVenti* réalisée à Milan en 1999. Nous prenons cette exposition comme référence à cause de son positionnement temporel au tout début de la valorisation publique du Déco en Italie et en raison du corpus exposé (Figs. 4 et 5).

Cette exposition, dont les commissaires furent Rossana Bossaglia et Valerio Terraroli, s'articulait autour d'une proposition multiple: des monuments funéraires du Cimitero Monumentale (cimetière Monumental), la Stazione Centrale (la principale gare de trains de la ville) avec ses locaux royaux, des immeubles, dont un cinéma, et une collection de céramiques conçues par Giò (Giovanni) Ponti et réalisée par la Manifattura di Doccia. Les visiteurs pouvaient se concentrer sur une seule des composantes ou bien profiter de son point de force –l'hétérogénéité des pièces exposées– et se la régaler dans sa totalité (Fig. 6).

Cette exposition, qui fut une première pour le grand public, prévoyait un double catalogue: le principal, de grand format et de 200 pages, et une version réduite, simplifiée et plus économique. La vision globale du système d'exposition était tellement riche qu'elle était difficile à cerner dans son ampleur, sinon par la médiation du remarquable catalogue qui fonctionnait comme un formidable «catalyseur de complexité».

En effet les commissaires de l'exposition ont réussi dans la re-proposition de la complexité d'un goût/champ culturel et la coprésence de plusieurs expositions partielles permettait de configurer sa propre approche au Déco. Malheureusement des opérations de cette ampleur –intellectuelle, organisationnelle et logistique– sont très difficiles à concevoir, à gérer et, donc à réaliser. Dans la ville de Milan, nous n'avons plus eu l'occasion d'assister à une opération de cette envergure. Bien évidemment il y a eu plusieurs expositions de grande qualité et richesse, mais elles se concentrent sur des sujets ou des champs plus circonscrits.

Nous remarquons qu'à l'occasion du *Salone internazionale del mobile* (salon annuel, [www.cosmit.it](http://www.cosmit.it)), la ville s'anime, à l'extérieur des espaces de l'exposition offi-

cielle, d'une multiplicité d'expositions, performances et rencontres culturelles liés aux œuvres et aux architectures réalisées par les architectes/designer d'aujourd'hui ([www.fuorisalone.it](http://www.fuorisalone.it)). Cette grande richesse nous montre que la ville est capable de mettre en place des actes multiples, pluri événementiels et d'ordre culturel; dans ce cas, le catalyseur de complexité est le *Salone internazionale del mobile*. Probablement la multitude de plans d'action mise en exergue en ces occasions est possible parce que il s'agit d'agoût/champ culturelactuel.

Le Cimetière Monumentale (inauguré en 1866, projet de Carlo Maciachini – [www.monumentale.net](http://www.monumentale.net)), demeure de sépulcres nobles et finement élaborés, fut un des sièges de l'exposition, sous la forme d'un parcours de valorisation des sculptures et des tombeaux Art Déco (Fig. 7).

La participation des sépulcres à la création de l'espace de valorisation du Déco est évidente, objets complètement extérieurs à tous marchés et élevés, par définition, au rang de monuments, ils sont une présence stable, de longue durée, dans l'imaginaire collectif (Figs. 8, 9 et 10).

La valorisation des présences Art Déco dans le cimetière coïncida avec l'apparition d'une série de publications/guides sur le cimetière et ses œuvres d'art (*Il Monumentale di Milano. Guida all'architettura e alle opere d'arte*, Melano, 1994, *Il cimitero monumentale di Milano. Guida storico-artistica*, Ginex, 1996 et *Il monumentale di Milano, Guida storico artistica*, Ginex, 1997). Nous remarquons aussi l'apparition d'une petite, mais significative, exposition permanente qui valorise les richesses artistiques du site.

La Stazione Centrale, la principale des gares de chemin de fer de Milan (projet de Ulisse Stacchini, inauguré en 1931, plusieurs années après sa conception qui date d'avant la première guerre mondiale), fut, elle aussi, lieu exposé et d'exposition. Un parcours de valorisation fut organisé pour donner de la profondeur à la connaissance de ce lieu. Celle-ci fut une des rares occasions d'ouverture des sales royales de la gare, les espaces de représentation de la famille royale qui, après l'assassinat du roi Umberto I<sup>er</sup>, ne logeait plus dans la ville (Figs. 11, 12 et 13).

Le très long processus de réalisation de la gare lui a donné la possibilité d'enregistrer une partie des modifications en cours dans les premières décennies du XX<sup>e</sup> siècle. Conçue dans un éclecticisme tardif, elle voit réaliser ses décorations dans les années 1920 et au tout début du *Novecentismo*, sans manquer, bien évidemment, la période Art Déco, dans ce cas spécifique, esthétiquement proche de la *Sezession* viennoise.

Il est ici plus difficile de dissocier les caractéristiques du goût Déco de l'apparat iconographique du régime fasciste; les effets de la prise de pouvoir du parti unique se remarquent dans les décorations de la gare: des logos du parti jusqu'à la présence

d'une image de Mussolini dans les panneaux décoratifs des salles royales. Cette co-existence, qui ne fut pas seulement temporelle, est l'une des raisons de la sous-estimation du Déco jusqu'à l'extrême fin du siècle. La reconnaissance, déjà tardive, le fut encore plus en Italie que dans d'autres Pays.

Le caractère globalisant de l'exposition abordait également des édifices plus ordinaires: principalement des maisons d'habitation mais aussi des immeubles de rapport et de bureaux. Le catalogue général cherche à réaliser un inventaire exhaustif de la présence du Déco dans les bâtiments de la ville, alors que le catalogue réduit présentait une sélection emblématique. Cette réduction fut présentée aussi sur les affiches et dans les dépliants qui visaient le grand public, de façon à rendre immédiate et perceptible la lecture des traits du Déco (les bâtiments montrés dans l'iconographie de ce même texte sont ceux qui furent choisis pour ce «concentré esthétique»).

Chercher des liens pertinents entre économie et culture dans le cadre de la valorisation de ces immeubles est, effectivement, très difficile; bien qu'ils soient présents dans le marché immobilier, à différence de la gare et du cimetière. Les transactions immobilières sont, effectivement, rares et réservées. En plus, le marché des dix dernières années est piloté, dans sa composante principale, par des questions qui sont étrangères à la qualité intrinsèque des bâtiments ou à leur esthétique.

Quelques rencontres informelles avec des agents immobiliers nous permettent d'affirmer l'inexistence d'une spécificité du Déco. Déco, Liberty (Art Nouveau) et éclectisme de qualité composent, en substance, une niche de marché générique dénommée: «en style».

Le cas des céramiques réalisées par la *Manifattura di Doccia* pendant la direction artistique de Giò Ponti (1923-1930) est, par contre, radicalement différent. L'exposition de ces pièces, organisée dans le palais Marino alla Scala, fut significative du phénomène de la valorisation du goût Déco.

## **GIÒ PONTI ET LA «MANIFATTURA DI DOCCIA»: LA VALORISATION À RÉPÉTITION**

Giovanni Ponti, dit Giò (1891-1979), fut un des personnages principaux du panorama italien de la production Art Déco. Figure polymorphe –architecte, designer, journaliste et essayiste–, il a marqué l'architecture italienne du XX<sup>e</sup> siècle. En ce qui concerne «sa» période Déco, il lui appartient des architectures (dont la maison de Via Randazzo (Fig. 14) est considérée comme le produit plus significatif), des meubles (avec Emilio Lancia,

il lance la griffe *Domus nova* pour *La Rinascente* en 1928) et sa production de céramiques, qui a gagné des prix aussi bien aux *Biennale d'Arti Decorative* de Monza (1923, 1925 et 1927) que dans la fameuse Exposition parisienne d'art décoratif de 1925.

Capable d'aborder la conception dans des échelles et champs différents, il a eu le mérite de fonder la revue *Domus* (janvier 1928), vrai interprète et véhicule, même tardif, de diffusion du goût Déco. Cette revue, qu'il a dirigé jusqu'au 1940, visait les professionnels de l'architecture et du design, mais aussi les acheteurs potentiels, leur proposant un goût moderne qui ne s'appuyait pas sur la re-proposition de modèles formels passés.

L'exposition valorisait principalement la production décorée avec des sujets classico-mythologiques et architecturaux. En effet, c'est dans ces pièces que l'expression de Ponti se développa de façon la plus significative. Les *figurine* (petites figures, le mot utilisé à Doccia) pontiennes furent une riche série de personnages qui habitaient principalement les *Passeggiata archeologica* et *Conversazione classica* (Promenade archéologique et Conversation classique). Elles marquèrent tellement l'esprit que la Manifattura di Doccia les a (re)interprétée pour les introduire dans la production actuelle, la série des *Pontiane*, vrai exemple de néo-Déco (Fig. 15).

Les présences architecturales dans les décorations de Ponti sont significatives et ils vont des citations plus classique/renaissance (comme dans le vase *Serliana*, citation plus que explicite à Sebastiano Serlio), à des architectures imaginaires (comme dans les toiles de fond des plats *Agataet Donatella*, les seuls pièces encore en production, sur commande). Ponti introduit aussi des études sur le rendu de la profondeur de l'espace; comme dans le vase *Prospettica* et dans les représentations en axonométrie des planchers et des toiles de fonds des «conversations» et des «promenades» (Figs. 16 et 17).

En plus des pièces très fines, donc quelques unes réalisées en pièce unique comme les *ciste*, Ponti conçut aussi des séries plus simples, destinées au marché «courant», tout en introduisant des nouveaux modèles pour des objets d'usage quotidien.

La valorisation des œuvres de Giò Ponti est la troisième des entrées que nous utilisons pour aborder le thème de la valorisation de l'Art Déco en Italie. La production pontienne de Doccia a fait l'objet d'un parcours de mise en valeur qui nous paraît représentatif de tout l'univers Déco. Négligée dans les dernières décennies de la vie de l'artiste (une volonté de ne pas montrer un période de sa propre vie ?) elle fut exposée en 1977 (Bojani, 1977) à Faenza, ville de la faïence par antonomase, et, en 1982, à l'académie de Beaux Arts de Brera, Milan. Cette dernière exposition fut dotée d'un riche catalogue (Portoghesi, 1982).

Avec l'exposition anthologique organisée par le musée Ginori di Doccia en 1983 à Florence on sort des espaces strictement dédiés aux spécialistes, aux initiés du domaine (soit la céramique, soit les beaux arts) pour se présenter au grand public. Mais, là encore, c'est le propriétaire/producteur qui se charge de la valorisation; un lien pur et simple aux valeurs culturelles des objets exposés n'est pas encore mûr.

Ce n'est qu'avec l'exposition *Milano Décodu* 1999, qu'on assiste à une mise en valeur destinée au grand public, un produit qui est, finalement, consacré en tant que œuvre d'art tout court. A partir de ce moment, nous pouvons remarquer une présence presque continue de ces céramiques, un engouement qui nous paraît significatif de la création d'un espace culturel: exposées encore à Milan en 2000 (en cette occasion, le spécialiste et collectionneur des céramiques pontiennes Loris Manna dirigea un catalogue globale de la production Ponti/Doccia. Manna, 2000), puis en 2003 à Aoste, dans le cadre de l'expo *Art Déco in Italia*, au printemps 2004 à Rome dans l'exposition *Il déco in Italia* et, encore en 2004, à Milan dans l'exposition *Milano anni Trenta*.

La figure de Giò Ponti est, en plus, glorifiée en 2002-2003 par la grande exposition itinérante *Giò Ponti: a world*, organisée et réalisée par le Design Museum de Londres (mai-octobre 2002), le Netherlands Architecture Institute de Rotterdam (octobre 2002-janvier 2003) et la Triennale de Milan (février-avril 2003). En effet, dans ces années 2000, il y a pratiquement toujours en exposition, en Italie, des œuvres de Giò Ponti, surtout ses objets de design et ses architectures des années 1950 (sans compter, bien évidemment, ce qui est exposé dans des musées, et notamment celui de Ginori di Doccia à Sesto Fiorentino et celui du design de la Triennale à Milan). Nous avons l'impression que les champs culturels de valorisation du Déco et de la production de Giò Ponti se sont partiellement superposés et ils ont tiré des avantages mutuels (Fig. 18).

## L'ÉMERGENCE D'UN CHAMP D'INTÉRÊT

Bien que sa phase constitutive et productive se place dans les années 1920, on a commencé à parler d'Art Déco dans les années 1960, après la première rétrospective, tenue au Musée Gallière, Paris, en 1957 (Bossaglia, 1988). Si on parlait d'Art Déco, il restait la composante mineure du binôme *Art Nouveau/Art Déco*. Les spécialistes et la critique la plus attentive avaient déjà reconnu le détachement et l'autonomie des deux «Arts», mais celui-ci fut largement reconnu seule à la suite de la grande exposition parisienne réalisée en commémoration des 50 ans de celle, plus fameuse, du 1925 (Fig. 19).



Peut être que la reconnaissance si tardive de cette entité artistique est à relier à la composition de sa substance génératrice; c'est-à-dire une expression formelle non soutenue par une construction intellectuelle conséquente. Sa presque coïncidence temporelle avec le développement du très puissant Mouvement Moderne ne lui a pas facilité la tâche car ce dernier eut une occupation presque totale de l'espace critique (Fig. 20).

Jusqu'aux années 1990 le Déco n'était pas un des sujets présents dans le panorama de la divulgation culturelle, mais il n'était pas plus présent dans les livres spécifiques. Deux des histoires de l'architecture moderne, qui se présentent comme des histoires de l'architecture tout court, ne montrent pas la présence de l'Art Déco (Frampton, 1982 et Benevolo, 1985). En ce qui concerne la ville de Milan, le guide du Touring Club Italien (le meilleur des guides existants à l'époque, quand les guides architecturaux n'étaient pas encore diffusés), mais aussi l'œuvre de M. Grandi et A. Pracchi, sorte de «bible» de l'architecture du XX<sup>e</sup> siècle de la ville, ne parlent pas d'Art Déco, tout en présentant quelques uns des bâtiments actuellement considérés comme œuvres Déco (TCI, 1994 et Grandi, 1984).

Nous assistons, donc, à l'émergence, entre la fin des années 1990 et le début des années 2000, de l'Art Déco dans ses multiples facettes: intérêt renoué et affirmation en public des collectionneurs – action qui a entraînée une forte hausse des prix – et frénésie d'expositions – qui ont eu le grand mérite d'élargir le public et de rendre populaire ces œuvres (Fig. 21).

Au moment de la rédaction de ce texte, printemps 2007, nous remarquons que l'assiduité et la visibilité du Déco dans l'espace actuel n'a pas gardé le niveau des années précédentes et il n'est pas si appréciable. Après une dizaine d'années d'action nous assistons à une sorte d'essoufflement et à la normalisation du Déco, devenu désormais un champ culturel patrimonialisé parmi les autres (Figs. 22 et 23).

En conclusion, nous pouvons remarquer que la mise en forme d'un champ culturel dérive de la convergence de plusieurs intérêts différents et de leur interaction. Une heureuse coïncidence temporelle (une sorte de «air du temps»?), a permis à ces intérêts de s'organiser en «animateurs/facilitateurs» pour faciliter la constitution de ce construit social qui est le goût; dans notre cas le vaste intérêt patrimonial pour l'Art Déco.

Il ne nous semble pas possible d'établir un lien de conséquence directe, ou de priorité, entre les mouvements qui ont participé à la constitution de ce champ culturel, ni d'affirmer qu'il existe un *primus inter pares*, coordinateur et attracteur global.

Des secteurs différents et des acteurs multiples ont catalysé des intérêts culturels et économiques pour arriver à la constitution d'un système global qui a permis

la reconnaissance et la patrimonialisation du Déco. Ils ont créé et mis en place des «fonctions de champ», liens logiques et imaginaires qui structurent la valorisation et agencent le statut des objets Déco.

Il nous semble significatif de remarquer qu'à la constitution de ce champ culturel participent des objets d'échelles différentes, appartenants à des univers spatiaux qui ont des dimensions extrêmement différenciées entre elles: des petits objets en céramique jusqu'à la gare de train. Des espèces de champs gravitationnels se sont rendu visibles et se sont connectés entre eux, ils se sont complétés pour activer une «constellation orientée», un espace multi sectoriel visant à la valorisation des oeuvres Art Déco (Fig. 24).

La constitution de ce champ complexe est la résultante de plusieurs activités distinctes. Les entreprises de ventes aux enchères semblent les plus rapides et efficaces dans la compréhension de la situation. Elles n'ont pas simplement assisté à l'augmentations des prix des ventes mais elles ont mis en place les *house sales*, véritables actions de constitution de champs culturels (ou bien, de simulacres de champs culturels) pour attirer/développer/fasciner le goût des clients potentiels.

La présence de quelques personnages «clés» est évidente dans la mise en place de ce développement. Nous estimons que deux personnes physiques sont à considérer comme attracteurs significatifs: Giò Ponti, pour sa production passée, et Rossana Bossaglia, pour son œuvre d'ouverture scientifique de champs culturels, parmi lesquels l'Art Déco.

Ces acteurs/attracteurs, avec et parmi les autres, ont eu le mérite de synchroniser et mettre ensemble leurs forces afin de produire un système de forces de niveau supérieur. Nous soupçonnons une partielle, mais consistante, inconscience de cette convergence et des résultats complexes et richissimes qu'elle a stimulé et réalisé.

Nous suspectons ainsi que les caractéristiques que nous venons de décrire ne sont pas propres à l'Art Déco et à sa valorisation contemporaine, mais qu'elles sont constitutives de tous les actes de réalisation et/ou de transformation d'un champ culturel de valeurs. Ce que nous avons analysé pour le cas de l'Art Déco ne devrait être, donc, pas unique, mais s'étendre à toutes les prises de conscience patrimoniales ou, peut être mieux, à toutes les invention des consciences patrimoniales.

## BIBLIOGRAFÍA – BIBLIOGRAPHIE

- Benevolo, Leonardo, *Storia dell'architettura moderna*, Edizioni Laterza, Bari/Roma, 1985.
- Bojani, Gian Carlo, (ed), *L'opera di Giò Ponti alla manifattura di Doccia della Richard Ginori*, Palazzo delle esposizioni, 31 luglio-2 ottobre 1977, Faenza. Faenza, Comune di Faenza, 1977.
- Bossaglia, Rossana, *Il giglio, l'iris, la rosa*, Sellerio, Palermo, 1988.
- Bossaglia, Rossana y Valerio Terraroli, *MILANO DÉCO – La fisonomía della città negli Anni Venti*, Provincia di Milano y Skira, Milán, 1999.
- Bossaglia, Rossana y Valerio Terraroli, *Guida alla Milano déco, la fisonomía della città negli Anni Venti*, Skira, Milán, 1999.
- Bossaglia, Rossana y Alberto Fiz, *L'Art Déco in Italia*, Silvana editoriale, Milán, 2003.
- Comune di Milano, *Il Monumentale: museo a Cielo aperto*, Comune di Milano, 2003.
- Dorfles, Gillo, «Una chiesa per il posteggio degli angeli», *Corriere della Sera*, 17 de febrero de 2006.
- Fanelli, Franco, «Una scatola d'argento, un poeta e una pianista», *Corriere della Sera*, 22 de diciembre de 2003.
- Finazzer Flory, Maximiliano, *La Stazione Centrale di Milano: il viaggio e l'immagine*, Skira, Milán 2005.
- Frampton, Kenneth, *Storia dell'architettura moderna*, Zanichelli editore, Milán, 1982.
- O. Selvafolta, G. Ginex, *Il cimitero monumentale di Milano. Guida storico-artistica*, Silvana editoriale, Milán, 1996.
- O. Selvafolta, G. Ginex, *Il monumentale di Milano, Guida storico artistica*, Ed. Comune di Milano y Electa, Milán, 1997.
- Giò Ponti: ceramiche 1923-1930. Le opere del Museo Ginori di Doccia*, Florencia, Sala d'Arme di Palazzo Vecchio, 19 de marzo-30 de abril de 1983, Florencia, Electa, Milán 1983.
- Grandi, Maurizio y Attilio Pracchi, *Milano, Guida all'architettura moderna*, Zanichelli, Boloña, 1984.
- Irace, Fulvio, «Déco, calligrafia felice d'opulenza industriale» *Il sole 24 ore*, 28 de febrero de 1999.
- Manazza, Paolo, «Cavalcando l'Art Deco», *Corriere della sera*, 15 de febrero de 1999.
- Manazza, Paolo, «La seconda vita dei futuristi», *Corriere della sera*, 26 de mayo de 2003.
- Manazza, Paolo, «La carica delle «houses sales», *Corriere della sera*, 6 de septiembre de 2003.
- Manna, Loris, *Giò Ponti. Le maioliche*, Biblioteca di Via Senato, Milán, 2000.
- Masoero, Ada, «De Chirico: anni Trenta, si cambia rotta» *Il sole 24 ore*, 10 de enero de 1999.

- Melano, Oscar Pedro, *Il Monumentale di Milano, Guida all'architettura e alle opere d'arte*, Guerini e Associati, Milán, 1994.
- Pontiggia, Elena y Nicoletta Colombo, *Milano anni trenta: l'arte e la città*, Mazzotta, Milán, 2004.
- Portoghesi, Paolo y Anty Pansera (Ed.), *Giò Ponti alla manifattura di Doccia*, SugarCo Edizioni, Milán, 1982.
- Torretta, Laura, «Annus mirabilis per Hayez», *Il sole* 24 ore, 10 de enero de 1999.
- Torretta, Laura, «Design, artigianato e cioccolato lavorato», *Il sole* 24 ore, 31 de enero de 1999.
- Torretta, Laura, «Le stimolanti gobbette di una chaise-longue», *Il sole* 24 ore, 21 de febrero de 1999.
- Touring Club Italiano, *Milano*, Touring Club Italiano, Milán, 1994.
- Vanzetto, Chiara, «Ponti d'oro alla donna Déco», *Corriere della sera*, 7 de noviembre de 2001.



Fig. 1. Villino Maria Luisa;  
rue Tamburini, 8, 1924 – fers  
forgés par A. Mazucotelli.



Fig. 2. Immeuble rue  
Randaccio 9, Giò Ponti  
1924-1926.

Fig. 3. Villino Maria Luisa,  
rue Tamburini, 8, 1924 – fers  
forgés par A. Mazucotelli.





FIG. 4. Immeuble en rue  
Carducci 16, arch. C. Ravina  
1925-1927.



Fig. 5. Immeuble en rue  
Carducci 16, arch. C. Ravina  
1925-1927.

Fig. 6. Cà Brutta, G. Muzio,  
1920-1924.



Fig. 7. Cimetière  
Monumental, Monumento  
tombe Eberhart sculpteur  
A. Violi 1921.







Fig. 8. Cimetière  
Monumental, tombe Imperiali  
arch. A. Scala 1927.



Fig. 9. Cimetière  
Monumental, tombe Imperiali  
arch. A. Scala 1927.

Fig 10. Cimetière  
Monumental, tombe Antonio  
Bernocchi arch A. Minali,  
sculpt G. Castiglioni  
1931-1936.





Fig 11. Stazione Centrale,  
inauguration 1931.



Fig 12. Stazione Centrale,  
inauguration 1931.

Fig. 13. Stazione Centrale,  
inauguration 1931.





Fig 14. Immeuble rue  
Randaccio 9, Giò Ponti  
1924-1926.



Fig 15. Une *cista*:  
Conversazione classica, 1925.

Fig. 16. Un exemplaire de la production actuelle des *Figurine*.



Fig. 17. Une re-interprétation: du néo-Déco dans les *Pontiane*.



Fig. 18. Assiette *Donatella*  
1923.



Fig. 19. Cimetière  
Monumental, tombe  
A Cavallazzi, arch. A Cavallazzi,  
1927.



Fig. 20. Immeuble en rue  
Carducci, 14 – ing. C. Urbano,  
1924.



Fig. 20. Immeuble en rue  
Santa Valeria, arch. Portaluppi  
1924.







Fig 21. Immeuble rue  
Poerio, 11, arch. Greppi.



Fig 22. Immeuble rue  
Poerio, 11, arch. Greppi.

Fig 24. Immeuble rue  
Poerio, 11, arch. Greppi.

