

Che cos'è oggi il **gioiello**? Sebbene crediamo che la potenza inventiva della sperimentazione possa stimolare notevolmente questo settore mixando tecniche, materiali e forme, per noi restano meritevoli di chiamarsi gioielli solo gli ornamenti davvero "nobili", ossia realizzati con gemme e metalli preziosi, secondo i criteri che per eccellenza configurano la bellezza: ordine, proporzione, simmetria, armonia.

Comunque, quando parliamo di gioielli, non dobbiamo mai dimenticare quel mondo vivacissimo di artisti e designer che, sovente a prescindere dal mercato, si concentrano sulla ricerca pura a livello estetico, progettuale, culturale in senso lato. Si pensi, ad esempio, al contributo recato all'oreficeria italiana da artisti come i fratelli **Arnaldo e Giò Pomodoro** da un lato e dall'altro architetti-designer come **Ettore Sottsass** o **Angelo Mangiarotti**, i quali guardando oltre materiali e moduli classici caricarono il gioiello di un'aura nuova, in grado non più solo di ornare o rivelare lo status socio-economico di una persona, ma soprattutto di valorizzarla nella sua complessità fisica, intellettuale e spirituale.

La jewellery designer/maker **Rita Marcangelo**, già Presidente dell'**Associazione Gioiello Contemporaneo** (un ente senza fini di lucro nato nel 2004 per promuovere la cultura della gioielleria odierna) ha dato questa definizione: *"Oggi il gioiello è diventato per la donna o l'uomo che lo indossa un modo di esternare la propria personalità: sempre meno una necessità di ostentare la propria ricchezza e sempre più un mezzo per esprimere sé stessi"*. Affinché ciò avvenga è indispensabile che il gioiello abbia un forte contenuto di design, ma - lamenta qualche creativo - il ruolo dei designer nelle imprese contemporanee non è molto rilevante e forse certi gap competitivi che il mercato orafa italiano presenta sono imputabili anche a questo scarso peso degli artisti/tecnici. In effetti, la nostra industria orafa negli ultimi decenni si è adagiata sulla forza commerciale del marchio made in Italy che internazionalmente mantiene una notevole capacità attrattiva, cosicché si è "impigrita" la

capacità innovativa e non si è più avvertita la necessità di investire in sperimentazione e ricerca. Il problema ora, con Cina e India che riescono a riprodurre i nostri gioielli a prezzi di gran lunga inferiori, è che non sarà più possibile non concentrarsi su questi aspetti, se si vorrà mantenere una fetta di mercato significativa. Per quelle aziende che non hanno ancora chiuso, è dunque arrivata l'ora di prendere delle decisioni in tal senso prima che sia troppo tardi!

Comunque va aggiunto che, se a livello progettuale stiamo assistendo ad uno svuotamento ed impoverimento dei progetti messi in campo dall'industria orafa (conseguenza sia della mancanza di ricerca sia di una certa tendenza a sopravvalutare la pubblicità rispetto al prodotto), da un punto di vista artistico, invece, il settore è estremamente fervido e dinamico. La contaminazione con altre discipline come la moda e l'arte è sempre più forte e feconda.

Per conciliare sperimentazione e mercato, come nel mondo della moda dove vengono creati capi unici destinati a sfilare sulle passerelle di tutto il mondo per poi arrivare all'elaborazione del prêt-à-porter, anche nel settore orafa le aziende potrebbero collaborare con gli artisti del gioiello che si cimentano con materiali e idee nuove per rielaborarle successivamente in gioielli seriali con un design innovativo capace di farsi portatore di un messaggio autentico, culturale, così come lo è stato e lo è tuttora il design del mobile.

Il gioiello contemporaneo mosse i suoi primi passi negli anni '60 ed i pionieri ebbero vita relativamente facile. Il loro compito fu quello di re-inventare un linguaggio espressivo di forte rottura nei confronti di un establishment conservatore. Oggi il creatore di gioielli si trova di fronte a molte strade già percorse e ne deve inventare di nuove. Ma la creatività non ha limiti e come nel campo dell'arte l'artista si nutre di tutto ciò che lo circonda, allo stesso modo l'artista orafa prende ispirazione principalmente dal mondo in cui vive, con le

sue forme, i suoi colori, i suoi materiali.

Per concludere, vogliamo sottolineare questo concetto: la creatività vive prima di tutto di cultura. Di conseguenza, si può anche nascere creativi, ma se questa dote non è alimentata o fatta crescere in un contesto appropriato, pronto a cogliere il frutto della genialità, prima o poi è destinata a morire. In ogni caso è fondamentale oggi pensare ai mestieri d'arte come grande risorsa per il futuro, nella prospettiva di difendere e rilanciare un patrimonio preziosissimo e salvaguardare le tecniche tradizionali, che sono inesorabilmente condannate a scomparire se non reinterpretate in chiave attuale.

L'industria orafa italiana potrebbe trarre nuovi stimoli dalla ricerca in atto per tradurli poi in brillanti performance competitive e reddituali, investendo nei giovani, proponendo concorsi o stage dove i ragazzi hanno modo di esprimere se stessi e le aziende possono trovare nuove idee per il futuro, restituendo così al gioiello il suo perduto appeal: *“Diciamo che l'industria potrebbe decidere di far propria la volontà di supportare l'arte del gioiello contemporaneo anche come brand, come messaggio aggiuntivo al suo prodotto. Un valore aggiunto non di poco conto”*.



