

Rubrica

## Casa funeraria in stile modenese

### Il posto più bello dove dirsi addio ... o arrivederci?

di Carlo Ballotta

Una terra da sempre adibita al commiato, un plaga funeraria alle porte di Modena (l'antica Modena romana) oggi come 2.000 e più anni fa; parrebbe una coincidenza straordinaria, uno scherzo del destino (dopo tutto, come dicevano gli antichi Latini, "in nomen omen"), ma è proprio così: dove ora è stata edificata Terracielo Funeral Home, in località Fossalta a Modena, già alla fine del I sec. a.C. sorgeva una necropoli. Lo confermano gli scavi, avviati nel 2001 per la costruzione della sede di COFIM S.p.A. e poi ripresi nel 2009 proprio per la casa funeraria. In entrambi i casi i lavori sono stati interrotti e ripristinati solo al termine delle campagne di scavi, condotte dalla Soprintendenza per i Beni Archeologici dell'Emilia Romagna.

L'idea non avrebbe potuto essere se non di un veterano, professionista del settore da oltre 45 anni, avendo seguito le orme del padre: si tratta di Gianni Gibellini, titolare della Cofim S.p.A., azienda di 35 dipendenti con sede a Modena.

La *funeral home* modenese ha un nome evocativo: "TERRACIELO" e si presenta, idealmente, come un punto d'equilibrio tra l'immaterialità del *post mortem* e lo struggente bisogno di aiuto concreto di chi abbia subito un lutto.

Bella e solida nei suoi

volumi squadrati, quasi "romanica" nella sua tetragona imponenza, dirozzata con tratti netti e taglienti capaci di trasformarla in un organismo tridimensionale ben articolato nello spazio.

Il problema architettonico centrale per chi progetta una casa funeraria consiste nella trasformazione della struttura discontinua e paratattica di un anonimo servizio mortuario sanitario in un blocco organico integralmente murato, anche per nascondere il proprio pietoso contenuto allo sguardo curioso dei passanti.

Nove stanze con salottino adibite a camera ardente e una grande sala polivalente per celebrazioni religiose o laiche sormontata da un imponente soppalco con una capienza totale di circa 700 posti. Il soffitto consente, con il suo verticalismo accentuato, ma non esa-

sperto, una fantastica ascesa verso l'alto di un'onda celeste, a fatica trattenuta, come un involucro di compressa energia, dalla sola sacralità del tempio polivalente.

Terracielo si estende su una superficie di circa 5.000 metri quadri: è un fabbricato di concezione innovativa e internazionale, realizzato con un investimento di circa 6 milioni di euro. È divisa in sezioni separate e accoglienti, ampie e ben arredate, per consentire di dare con grande dignità l'estremo



**Figura 1** – In questo dedalo di lati spezzati e crudi spigoli, la mancanza di momenti curvilinei accentua la "serena" drammaticità della scena.

saluto ai propri cari.

Un'idea, accarezzata per anni, come ci confida lo stesso Gianni Gibellini, nasce spesso da una tensione morale, a volte insostenibile, ed affiora da un magma incomposto che si geometrizza in ordinate architetture, in sfondi metafisici; quest'ultimi hanno la grazia di un sogno, alimentato e sorretto quasi da un ricordo, da una suggestione ancestrale.

Tutto in quest'imponente realizzazione (5.000 metri quadrati), cioè piani, volumi, figure, apparizioni, concorre a dare del nostro tempo l'immagine più consequenziale e netta, sfiorata da tutti i dubbi possibili e, tuttavia, tesa a una molteplicità di realizzazioni consolatorie.

Perché appare anche evidente che l'universo composito di una moderna *funeral home*, e le sue ieratiche scansioni figurative a un dato certo vogliono approdare, ed è quello, intenso e struggente, della consolazione totale.

La casa funeraria, qui a Modena, è un complesso di ambienti, locali e servizi che si svolge con metodo entro vani, superfici e profondità sapientemente alternati: è, insomma una felice sintesi tra pura forma e funzione.

L'edificio si presenta come un possente quadrilatero le cui solide masse sono attraversate ed alleggerite da gallerie, finestre o umbratili camminamenti che paiono inabissarsi verso un ignoto e raccolto regno interno dove esercitare il culto del dolore e della memoria.

L'universo composito di una moderna *funeral home* con le sue ieratiche scansioni vuole approdare al fine ultimo di un conforto assoluto e totale.

Questo intento traspare dall'assortimento dei colori, dalle armoniose tecniche compositive sempre aperte però all'intuizione estemporanea, all'arbitrio creativo.

Gesti e simboli di autentica disperazione e sconfitta esistenziale (la crocifissione, ad esempio, proposta per una camera ardente di ispirazione cristiana) e di genuina speranza di redenzione aleggiano su uno spazio emotivo indefinito ed indistinto, ma dominato dal riverbero discreto di un dolcissimo sollievo dell'anima dalle afflizioni di un'umanità violata dall'angelo della morte.

I visitatori che varcano la soglia sono subito accolti da un piccolo chiostro, cuore della struttura, attorno a cui si sviluppano, su due piani, le nove sale del commiato. Già questo luogo, ricco di simboli e percorsi figurati, è una dichiarazione d'intenti: il claustro, storicamente, è un luogo di silenzio e meditazione e la mancanza di momenti curvilinei accentua la drammaticità, seppur posata e quasi umbratile, del luogo.

Qui si è creato un piccolo giardino, con un albero d'ulivo e una fontana che richiamano gli elementi della terra e dell'acqua. La funzione di questo spazio è di rasserenare e trasmettere calma a chi lo attraversa o lo osserva.

Superfici sofferte, rigide e nette, come un fendente di spada, si fondono nelle pareti lignee come un doloroso panneggio, ma le decorazioni in vetro di Murano recano agli arredi, pur sempre personalizzabili attraverso moduli già predisposti, una maggior leggerezza, rompendo la continuità dei piani con un motivo, che, assieme alla diversa profondità, accentua l'effetto chiaroscurale e lo sviluppo delle cubature.

Piccoli, raffinati dettagli, poi, conferiscono alle nove camere ardenti, con annesso salotto di anticamera, una forma morbida e, non quindi seccamente squadrata, ma leggermente sinuosa ed accogliente.

Simili accorgimenti rendono così più sfuggenti le linee, nella loro proiezione prospettica, e sono in grado di donare una notevole plasticità alle masse murarie.

Luce e colori sono parte integrante delle scelte architettoniche: niente toni scuri, troppo deprimenti, ma tinte con sfumature tenui, valorizzate da un attento utilizzo della luce, sia naturale che artificiale, teso ad enfatizzare spazi e a sottolineare volumi.

Tutte le porte e i serramenti sono realizzati con vetri traslucidi, che lasciano filtrare la luce, ma mantengono la privacy di chi è all'interno e diventano anch'essi elementi illuminanti. Niente a Terracielo è lasciato al caso: anche gli arredi, eleganti ma essenziali, sono stati scelti con cura. In ogni sala i divani, le poltrone e i tavolini di Le Corbusier sono in tinte che richiamano il colore che caratterizza ogni diverso spazio.

Alle pareti, anche i quadri retroilluminati in vetro di Murano del pittore modenese Erio Carnevali riprendono il filo dell'astrazione lirica, del colore come risonanza interiore, quasi metafisica. *"L'aspetto più complesso dell'intero progetto è stata la necessità di mediare tra elementi psicologici ed esigenze costruttive"* – sottolinea l'architetto Claudio Grillenzoni, direttore dei lavori. *"Volevamo mettere a disposizione della cit-*



**Figura 2 – L'immagine, onirica come un riflesso immateriale, nasce da una fortissima tensione psichica. È come se emergesse, quale ombra di luce, da un sostrato indecifrabile di emozioni e concetti astratti, questo magma nebuloso spesso si cristallizza in strane architetture che sintetizzano l'instabilità del reale.**

*tà un luogo ricco di suggestioni in grado di accogliere il dolore e le emozioni delle persone nel momento di un lutto e – per quanto possibile – dare loro quel sollievo e quella serenità che solo ‘l’incanto’, come sosteneva Giò Ponti, può trasmettere. Al contempo, però, questo luogo doveva essere funzionale ed efficiente. Per questo è stato fondamentale il confronto e lo scambio continuo con i colleghi”.*

La fase progettuale, infatti, ha coinvolto diversi professionisti: il gruppo di lavoro che ha ideato la struttura comprende, oltre a Claudio Grillenzoni, gli architetti Ezio ed Emiliano Righi e Katia Valli.

È interessante un’ultima osservazione sulla vasta sala mostra allestita al livello superiore. L’unica vera motivazione che possa spingere un’impresa funebre ad investire tanto nell’arredamento è l’immagine, ossia la percezione positiva con cui il cliente vede e giudica la ditta. Nelle onoranze funebri un’elegante solennità è un valore, il sentimento del bello ed il culto dell’estetica, anche per il caro estinto, sono un dovere morale, un principio di civiltà.

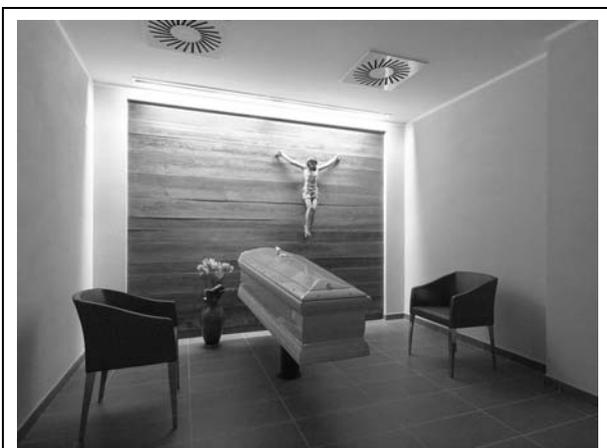
Le soluzioni proposte dal più moderno design mirano a diminuire i pezzi esposti, per valorizzare, con un sapiente giuoco chiaroscurale di simmetrie e contrasti, i cofani della collezione. Il cliente, entrando, vede sì meno modelli, ma, così, evita di confondersi nella decisione, la prima scelta è sempre emotiva e viscerale, fatta “con lo stomaco” più che con la ragione e, quasi sempre, risulta svincolata dall’aspetto monetario. La bellezza di un cofano è esaltata da una disposizione mista dei pezzi nello spazio. Alcune casse potrebbero esser sistemate in posizione eretta, altre, invece, collocate orizzontalmente. Completerebbero, poi, quest’ipotetica scenografia diversi cofani leggermente inclinati rispetto al loro punto d’appoggio, mentre una soluzione molto raffinata sarebbe presentare alcune casse sovrapposte in modo delicato, così da intersecare idealmente le loro linee. In ultima analisi non bisogna mai dimenticare questa regola: occorre sempre anche

una differenziazione basata sull’uso dei materiali. Persino i pannelli che reggono le casse debbono variare tra loro, nella tipologia costruttiva: legno e vetro sono le essenze più richieste, anche le pedane debbono essere luminose. Bisogna creare un ambiente di grande impatto scenico, in cui ogni elemento sia parte integrante di un’unica organizzazione delle masse. Ad esempio, la luce riflessa dai bordi di un supporto trasparente, su cui è appoggiato un cofano, pone la cassa in una cornice particolare che attira lo sguardo.

La vendita di una cassa è contraddistinta da una decisione irrazionale ed emotiva, non è un acquisto preventivabile e ragionato. In poco tempo, ed in una situazione di forte squilibrio emotivo a carico dell’acquirente, l’impresario deve concludere l’affare, ottimizzando ogni aspetto della trattativa. I guru della comunicazione commerciale, soprattutto legata al momento visivo, predicano una dottrina quasi infallibile agli occhi del consumatore: pochi pezzi scelti e presentati sotto la giusta luce.

La politica di una buona immagine aumenta la qualità del servizio, non certo la quantità dei funerali, occorre, quindi, grande attenzione per l’aspetto economico, siccome negli arredi bisogna evitare soluzioni troppo esose. Un arredamento di legno massiccio e pregiato sarebbe inutilmente dispendioso, il legno di mensole e supporti entrerebbe in conflitto con l’essenza lignea dei cofani, e come indesiderato risultato si svilirebbe l’aspetto teatrale della show room. È la posizione che, alle volte, attribuisce il valore ad un articolo, perché tra due casse disordinatamente accatastate una deve costare più dell’altra? Il cliente non è un esperto di arte funeraria, ragiona in modo molto più semplice; per lui la cassa, sostanzialmente, è solo un contenitore mortuario imposto dalla legge. Due cofani ben definiti nello spazio, però, con due contraddistinte collocazioni comunicano un ben preciso messaggio, il cliente per accettare la differenza di prezzo deve comprenderla, deve sapere perché la cassa X costi più di quella Y ed esserne convinto. Non c’è un codice preciso per i colori, anche diverse gradazioni cromatiche servono per attribuire importanza ai pezzi esposti ed a guidare lo sguardo del cliente verso certe zone del locale espositivo. Il miglior arredamento è invisibile, ma persegue silenziosamente il suo scopo precipuo, la gente non deve accorgersi di mensole o scaffali, ma deve posare lo sguardo sugli oggetti esposti: i cofani. I colori servono solo a richiamare l’attenzione su un particolare articolo.

Una mostra gradevole, ben sistemata ed ordinata, che magari lo stesso impresario spolvera, cura e vive in prima persona, lo aiuta tantissimo ad affrontare bene il proprio lavoro di relazione con il pubblico; in fondo le cose belle piacciono a tutti, da sempre, perché, allora, l’imprenditoria funeraria dovrebbe esser insensibile a questo criterio universale?



**Figura 3 – Cristo è crocifisso al labirinto di una remota intuizione analogica ed ancestrale, dove si perdono le nostre vane certezze razionalistiche.**