

G.C.S.I.

Giornale Critico di Storia delle Idee

Intorno al design. Per una termoestetica

di Tommaso Ariemma

Il design industriale tra utile e inutile, al di là dell'opposizione

Non è certo un filosofo dell'arte o della tecnica a porsi la domanda più radicale circa il ruolo del design. È, invece, Jacques Rancière, originale e discusso filosofo della politica. Nell'articolo *La superficie del design*, pubblicato nel 2002 e poi raccolto ne *Il destino delle immagini*, Rancière tenta l'originale paragone tra Mallarmé e Peter Behrens. Quest'ultimo può essere considerato il primo *industrial designer* della storia. Nel 1907, infatti, la *Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft* (AEG) gli affida l'incarico di curare la veste grafica dei suoi prodotti, inclusi pubblicità e logo. È il primo incarico di questo tipo.

Nella sua indagine sul design, Rancière sceglie dunque di confrontare il pioniere del design con l'illustre Mallarmé. Cosa hanno in comune? È, del resto, proprio questa la domanda:

[...] che somiglianza c'è tra Stéphane Mallarmé, poeta francese che nel 1897 *Un colpo di dadi mai abolirà il caso*, e Peter Behrens, architetto, ingegnere, *designer* tedesco, che, dieci anni più tardi, è impegnato a disegnare i prodotti, le pubblicità ed anche le sedi della compagnia tedesca AEG (*Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft*)? È una domanda apparentemente sciocca. (1)

Nel tentativo di rispondere egli stesso alla domanda che ha posto, Rancière individua (ed è ciò che ci interessa della sua analisi) il vero fine del *designer*, comune a quello di Mallarmé:

Che rapporto c'è tra un poeta così definito e Peter Behrens, ingegnere al servizio di una grande industria che produce lampadine, scaldabagni o impianti di riscaldamento? All'opposto del poeta, Behrens è occupato nella produzione in serie di dispositivi utili. Egli è anche il partigiano di una visione unificata e funzionalista. Vuole sottomettere tutto a un solo principio di unità, dalla costruzione degli stabilimenti fino al logogramma e alle pubblicità della marca. Egli vuole ricondurre gli oggetti prodotti a un certo numero di forme "tipiche". (2)

Seguendo Rancière, il *designer* ha piuttosto di mira non il singolo oggetto, ma una rete di rapporti, la costruzione di un vero e proprio *ambiente*. La sua esigenza fondamentale sembra essere quella di oltrepassare l'utilità, spingendosi verso l'essenziale, come Mallarmé, ovvero verso la ricerca di una funzionalità superiore. Il "funzionale" ricercato dal *designer* non ha niente a che fare con l'utilità. Scrive ancora Rancière:

Così, un uomo come Behrens appare dapprima nel ruolo funzionale di consigliere artistico della compagnia di elettricità, la cui arte consiste nel disegnare oggetti che si vendano bene e nel fare cataloghi e manifesti che ne incentivino la vendita. Egli si fa inoltre pioniere della standardizzazione e della razionalizzazione del lavoro. Ma, nello stesso tempo, egli situa tutta la sua attività sotto il segno di una missione spirituale: dare alla società la sua unità spirituale attraverso la forma razionale del processo di lavoro, dei prodotti fabbricati e del design. La semplicità del prodotto, lo stile adeguato alla funzione, è molto di più di una "immagine di marca", è il marchio di un'unità spirituale che deve unificare la comunità. (3)

Il design costituisce il principio attivo della cosiddetta "società dei consumi" e la sua funzione primaria consiste nell'interrompere il rapporto con il mondo reale e con i concreti bisogni dell'individuo, per innescare un rapporto spirituale con una unità irradiata dagli stessi oggetti. Proprio grazie al design,

"funzionale" smette di significare "utile", senza per questo significare "inutile". Si tratta di una differente funzionalità che non è più riducibile all'opposizione tra utile e inutile. Come ha acutamente evidenziato Jean Baudrillard, ne *Il sistema degli oggetti*, funzionale "non qualifica ciò che è conformato a un fine, ma ciò che si è adattato a un ordine o a un sistema" (4).

Lo stato gassoso dell'economia. A partire da Baudrillard

Il principio dell'utilità cede il posto a un principio ambientale. La produzione delle merci muta del resto l'ecologia stessa dell'uomo. Baudrillard apre *Il sistema degli oggetti* con queste parole "È possibile classificare l'immensa vegetazione degli oggetti come una flora o una fauna, con specie tropicali, glaciali, con brusche mutazioni, con specie in via di sparizione?" (5).

Siamo giunti allo stato gassoso dell'economia, perché il consumo interrompe ogni rapporto dell'uomo con il singolo oggetto, ogni rapporto utilitaristico (6), promuovendo piuttosto un rapporto con l'ambiente nel suo insieme. Il consumo contemporaneo è il rapporto con la merce divenuta atmosfera, al di là di ogni riferimento ai bisogni individuali o sociali:

I concetti di «situazione» e di «ambiente» sono senza dubbio così diffusi solo da quando viviamo, in fondo, meno in prossimità degli altri uomini, della loro presenza, dei loro discorsi, che non sotto lo sguardo muto di oggetti obbedienti e luccicanti che ci ripetono sempre lo stesso discorso, quello del nostro sbalorditivo potere, della nostra potenziale abbondanza, della nostra assenza gli uni nei confronti degli altri. [...] E la relazione del consumatore con l'oggetto ne è modificata: egli non si riferisce più a quell'oggetto nella sua utilità specifica, ma a un insieme di oggetti nella loro significazione totale. Lavatrici, frigoriferi, lavastoviglie, ecc., hanno un altro senso presi assieme che considerati singolarmente come utensili. (7)

Nel testo fondamentale che di pochi anni segue *Il sistema degli oggetti*, ovvero *La società dei consumi*, Baudrillard insiste sul carattere "ambientale" come caratteristica distintiva di tale società, e tuttavia non vi insiste abbastanza. Interessato a evidenziare come le merci si connettano tra loro e facciano sistema, Baudrillard opta più per un modello semiotico che per uno atmosferico. Considera, infatti, alla fine il rapporto tra le merci un rapporto tra segni, tra segni puri, costituenti una realtà altra (8), più reale del reale. Eppure l'individuazione di una natura atmosferica della merce aiuta, a nostro parere, a comprendere molto meglio il mondo dei prodotti all'interno del quale siamo letteralmente immersi. Il ruolo del design è decisivo. Anche se il riferimento all'atmosfera, che ritorna sempre nei testi di Baudrillard, è metaforico, ogni indizio in tal senso resta prezioso. Come quando, a proposito del nudo e della sua resa spettacolare, egli parla di una "climatizzazione ottimale" e di una nudità "design-ata", che condivide cioè la stessa stilizzazione degli oggetti (9).

In un articolo dal titolo *Design e Dasein* (10) Baudrillard vede nel design lo strumento di controllo sulle nostre vite. Strumento di controllo che ha innanzitutto una funzione "climatizzante". Negli oggetti, nel loro design, è all'opera, dunque, una climatizzazione esistenziale. Gli stessi termini *hot* e *cool* (caldo, freddo) rimandano al controllo di una temperatura simbolica: quella dei nostri pensieri e dei nostri sentimenti. Baudrillard resta vincolato al primato dei "significati" che il sistema degli oggetti produce, senza cogliere, proprio in questo "significare", una funzione climatizzante, ovvero un controllo dell'atmosfera esistenziale. Baudrillard resta colui che ha colto una tale potenzialità senza svilupparla in senso propriamente atmosferico, limitandosi a utilizzare l'ambiente e l'atmosfera come una metafora, per pensare la rete dei rimandi, dei segni, in cui gli oggetti sono immersi.

La svolta atmosferica della sensibilità

Siamo davanti a un svolta atmosferica non solo dell'economia, ma della sensibilità stessa. Svolta a cui la filosofia si sta lentamente avvicinando, innanzitutto cominciando a pensare il ruolo fondamentale dall'atmosfera, per millenni caduto nell'oblio. Furono gli antichi filosofi greci di Mileto, ovvero Talete, Anassimandro, Anassimene, a porre agli albori del pensiero filosofico un'attenzione all'atmosfera, a cui era strettamente connessa l'essenza del pensiero, non a caso chiamato *psyché*, cioè "respiro" (11).

La filosofa Luce Irigaray, a ragione, ha lamentato nella sua critica al pensiero di Heidegger un "oblio

dell'aria", che prenderebbe avvio con Parmenide (12).

In terra francese e tedesca l'attenzione per l'atmosfera è crescente. In Francia, con il suo *L'arte allo stato gassoso*, il filosofo Yves Michaud (13), e in Germania, filosofi come Gernot Böhme (14) e Peter Sloterdijk hanno posto l'attenzione sul ruolo costitutivo dell'atmosfera. In modo particolare quest'ultimo ha eletto l'esplicitazione dell'atmosfera a concetto cardine di una nuova teoria della cultura. Scrive:

Si comincia a capire che l'uomo non è soltanto ciò che mangia ma anche ciò che respira e ciò in cui si immerge. Le culture sono situazioni collettive d'immersione nell'aria e in sistemi di segni. [...] la cosa più sensata sembra perciò che la teoria della cultura, in una prima fase di auto-accertamento, si orienti alle forme più sviluppate di descrizione scientifica dell'atmosfera, alla meteorologia e alla climatologia, per dedicarsi in seguito a fenomeni aerei e climatici più rilevanti da punto di vista culturale e più vicini alle persone. (15)

Sloterdijk considera il design industriale e il concetto di ambiente (insieme alla prassi del terrorismo) come determinanti tutta l'organizzazione della sensibilità contemporanea (16). Il design per Sloterdijk si esplicita come *Air Design*, come controllo dell'atmosfera. Le sue ricerche si interessano dell'atmosfera sia in senso strettamente fisico, sia attraverso il parallelismo esistenziale, aprendo la strada a quella che si potrebbe chiamare una *thermoestetica*, che non può non farsi carico pertanto di ciò che lui stesso ha chiamato "design climatico di persone e gruppi nel loro spazio caratteristico" (17).

NOTE

- (1) J. Rancière, *Il destino delle immagini*, a cura di R. De Gaetano, Pellegrini, Cosenza 2007, p. 136.
- (2) Ivi, p. 136-137.
- (3) Ivi, p. 146.
- (4) J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, trad. it. di S. Esposito, Bompiani, Milano 2003, p. 81.
- (5) Ivi, p. 5.
- (6) Ivi, p. 255.
- (7) J. Baudrillard, *La società dei consumi*, trad. it. di G. Gozzi, Il mulino, Bologna 2008, pp. 3-5.
- (8) Cfr. ivi, in particolare p. 5.
- (9) Cfr. J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, trad. it. di G. Mancuso, Feltrinelli, Milano 2002, pp. 118-119.
- (10) Cfr. J. Baudrillard, *Design e Dasein*, "Agalma", 1, 2000.
- (11) Sulla scuola di Mileto come pensiero dell'atmosfera rimandiamo all'importante studio di G. Semeraro, *L'infinito. Un equivoco millenario. Le antiche civiltà del Vicino Oriente e le origini del pensiero greco*, Bruno Mondadori, Milano 2001.
- (12) Cfr. L. Irigaray, *L'oblio dell'aria*, trad. it. di C. Resta, Bollati Boringhieri, Torino 1996, pp. 17-34.
- (13) Cfr. Y. Michaud, *L'arte allo stato gassoso*, trad. it. di L. Schettino, Idea, Roma 2007.
- (14) Cfr. in particolare G. Böhme, *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*, Suhrkamp, Frankfurt/M. 1995. La ricerca sulle atmosfere ha interessato recentemente un'intera schiera di fenomenologi tedeschi. Si veda infatti anche M. Hauskeller, *Atmosphären erleben. Philosophische Untersuchungen zur Sinneswahrnehmung*, Akademie, Berlin 1995. A partire dalle loro ricerche ha preso avvio anche l'analisi in merito di Tonino Griffero, cfr. in particolare *Corpi e atmosfere: il "punto di vista" delle cose*, in A. Somaini (a cura di), *Il luogo dello spettatore. Forme dello sguardo nella cultura delle immagini*, Vita & Pensiero, Milano 2005, pp. 283-317.
- (15) P. Sloterdijk, *Terrone nell'aria*, trad. it. di G. Bonaiuti, Meltemi, Roma 2006, p. 70.
- (16) Cfr. ivi, p. 7.
- (17) Ivi, p. 79.