

POLITICHE DEL GUSTO

mondi comuni, fra sensibilità estetiche e tendenze alimentari

XLVI congresso dell'Associazione italiana di studi semiotici
 Palermo, Museo internazionale delle marionette
 30 novembre – 2 dicembre 2018

Il gusto alienato del design. Per una teoria critica semiotica del consumo di massa

Salvatore Zingale

Politecnico di Milano
 sz@salvatorezingale.it

Nel corso di un'intervista di Umberto Eco a Theodor Adorno trasmessa dalla televisione Italia nel 1966, il filosofo tedesco dice, riferendosi agli Stati Uniti: «Laggiù la televisione diffonde una forma di gusto collettivo molto commerciale e perciò, anche se in modo indiretto, provoca dei pregiudizi». Sappiamo che da allora non è cambiato molto, negli Usa così come nel resto del pianeta.

Oggi possiamo estendere l'osservazione adorniana e dire che non sono solamente i media, vecchi e nuovi, a diffondere *gusti collettivi*, ma che questi si propagano anche, e in molti casi soprattutto, attraverso le molteplici produzioni che fanno riferimento al design: artefatti d'uso e comunicativi, ambienti pubblici e privati, abiti vestimentari o comportamentali. Il design è stato, e in gran parte è ancora, uno dei modi attraverso cui viene formato e orientato il gusto di una società, di un'epoca, di comunità culturali. Fra questi, troviamo anche il cibo e tutto ciò che orienta il consumo alimentare. Anche il cibo, infatti, e gli strumenti della sua offerta e comunicazione sono parte di quella che Walter Benjamin ha chiamato "fantasmagoria delle merci".

La critica, tuttavia, non può riguardare solo le merci, ma va estesa anche agli effetti sociali dell'azione che queste, in particolare nel nostro caso quelle culinarie, mettono in atto: alimentando, è il caso di dirlo, più che la pancia le menti.

Ma come e quanto il design (dal food design al retail design, dal packaging alle compagne di comunicazione) contribuisce alla formazione di gusti collettivi? Quale è l'ambiguo ruolo dell'estetica del design nella propagazione di abiti sociali? Ricordiamo che il design è stato, e in gran parte è ancora, uno dei modi attraverso cui viene formato e orientato il gusto di una società, di un'epoca, di comunità culturali.

Il contributo che propongo, oltre a riflettere sulla possibilità di mettere in connessione la teoria critica francofortese con la critica semiotica alle ideologie, prenderà in considerazione uno o più casi studio esemplari in cui il design da dispositivo di servizio verso l'utenza diventa veicolo di propagazione o rinforzo di stereotipi culturali e strumento di alienazione sociale. Oppure, di omogeneizzazione culturale che appiattisce differenze e caratteri culturali specifici, come ad esempio è legittimo attendersi e temere dalla prossima apertura a Milano di una delle filiali più prestigiose della multinazionale del caffè Starbucks.

La domanda di fondo quindi è la seguente: esiste una "politica del design" e quali strategie di significazione si possono rintracciare dietro la sua apparente "innocenza estetica"?

Bibliografia

Adorno, Theodor W. (1967), *Parva Aesthetica. Saggi 1958-1967*, Milano, Mimesis, 2011.

Barthes, Roland (1957), *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 2005.

Baule, Giovanni e Bucchetti, Valeria (a cura) (2012), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, Milano, FrancoAngeli

Benjamin, Walter (1966), *Angelus Novus. Saggi e frammenti*, Torino, Einaudi, 2006.

Eco, Umberto (1964), *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani.

Deni, Michela (2002), *Oggetti in azione*, Milano, FrancoAngeli.

Marrone, Gianfranco e Landowski, Eric (a cura) (2002), *La società degli oggetti. Problemi di interoggettività*, Roma, Meltemi.

Mecacci, Andrea (2012), *Estetica e design*, Bologna, il Mulino.

Zingale, Salvatore (2009), *Gioco, Dialogo, Design*, Milano, ATi Editore.

Salvatore Zingale è professore associato M/FIL-05 e insegna Semiotica del progetto alla Scuola del Design del Politecnico di Milano. È autore di diversi saggi sulle relazioni fra la semiotica e il design. Si occupa in particolare di semiotica dell'inventiva, cui ha dedicato il volume *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva* (FrancoAngeli 2012).