

Corriere del Ticino
6903 Lugano
091/ 960 31 31
https://www.cdt.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 33'817
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Seite: 30
Fläche: 76'302 mm²

Auftrag: 1095161
Themen-Nr.: 375.008

Referenz: 74586168
Ausschnitt Seite: 1/2

L'INTERVISTA ■■ FABIO MERLINI

«Se l'estetica maschera le nostre ipocrisie»

Nel suo ultimo saggio il filosofo ticinese esplora i falsi miti della contemporaneità

Arguto, impietoso, dotto e incalzante: è difficile non appassionarsi all'ultimo saggio con cui il «nostro» Fabio Merlini inchioda le ipocrisie della modernità alle loro stesse contraddizioni e alla loro inospitale tristezza. Un libro denso che già dal titolo, «L'estetica triste. Seduzione e ipocrisia dell'innovazione», incuriosisce e attira tutti coloro che non si rassegnano a subire la dittatura di una modernità estetizzata e performante sempre più lontana dai valori autentici dell'intelligenza e di una civiltà indotta ad un perenne e vano inseguimento di un'attualità «in cui tutto è merce o aspira feticisticamente a diventarlo». Per capire le ragioni di questa analisi abbiamo intervistato l'autore che è presidente della Fondazione Eranos di Ascona e direttore, a Lugano, dell'Istituto universitario federale per la formazione professionale.

MATTEO AIRAGHI

■ ■ Fabio Merlini, perché definire «triste» l'estetica del nostro tempo?

«Possiamo dire che triste è quella estetica che, anziché essere occasione di crescita per chi ne fruisce i prodotti, si impone come un fattore regressivo: una bella apparenza che non mantiene le sue promesse. L'espressione è ricalcata su quella, celebre, di «scienza triste» (l'economia), e intende definire la bellezza ipocrita di un design raffinatissimo, come lo è sempre di più quello degli oggetti da cui siamo circondati, che troppo spesso nasconde condizioni di produzione e processi estrattivi devastanti sul piano sociale e ambientale. Vediamo la bellezza seduttiva del nostro cellulare, dei nostri strumenti di lavoro e di comunicazione, ma il modo in cui si mettono le mani sui minerali metallici che servono a farli funzionare raccontano un'altra storia, dove molto spesso si registra l'insostenibilità di pratiche predatorie estreme, in cui ad uscirne spezzata non è solo la resilienza delle persone coinvolte, ma anche quella della natura circostante. Assistiamo oggi ad una vera e propria alleanza fra moda e design, fatale sotto più punti di vista».

Quindi lei individua nella moda e nel design i principali fattori che ci conducono come individui a questa sorta di involuzione sociale e civile?

«La moda è diventata oggi un principio di accelerazione dell'obsolescenza degli og-

getti che arredano i nostri spazi di vita. Idealmente, per quell'economia che misura il suo successo in termini di consumo, ogni oggetto dovrebbe poter incorporare questo principio - dalle scarpe, alle custodie dei cellulari, al mobilio di casa. Il design è la leva materiale di questo principio. Tanto più design incorporato negli oggetti, tanto maggiore e irresistibile risulterà la seduzione che essi esercitano su di noi. L'effetto principale di questa alleanza è il fatto di vivere in un mondo sempre già vecchio, in cui tutto chiede di essere sostituito, aggiornato, potenziato, perfezionato: programmi, modelli, formazioni, prestazioni, competenze. «Mondano», oggi, è colui che risponde a questa ossessione del restare a giorno, del non perdere l'appuntamento con ciò che ne fa una figura del tempo, di quel tempo in grado di sopravvivere se stesso, grazie al suo dinamismo. È la possibilità di partecipare all'istante preciso in cui il mondo rinnova se stesso. Oggi tutto questo è reso possibile da una potentissima ideologia dell'innovazione. La domanda che non dobbiamo smettere di porci è: dove risiede l'emancipazione in tutto questo?»

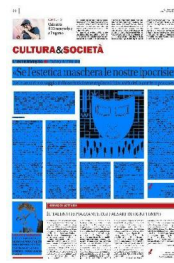
Un processo che sembrerebbe antistorico e paradossalmente antimoderno...

«Il design della rivoluzione formale del primo Novecento è stato un design gravido di storicità. Nonostante la sua rottura con la tradizione. Voglio dire che è nato da

un movimento dove la trasformazione radicale dei codici formali della tradizione poteva essere ancora pensata all'interno della lunga onda della concezione illuminista della storia. Un'idea di storia che tentava di saldare insieme emancipazione della conoscenza (saperi, tecniche, arti, mestieri) ed emancipazione del genere umano: un design politico, per così dire, al servizio di questa temporalizzazione della società umana, tipica della modernità. Design come vettore di trasformazione, dunque. Ma oggi con cosa solidarizza il design? In primo luogo: con il mercato, il mercato così come viene messo in scena da quella particolare forma di capitalismo che è l'odierno il tele-tecnocapitalismo. È un design le cui innovazioni hanno un carattere completamente diverso rispetto a quelle veicolate dalle avanguardie d'inizio Novecento. Perché rispondono a una tutt'altra idea del processo storico. Anziché essere in rottura con i tempi, si tratta piuttosto di un design interessato ad assecondarli. Fa suoi gli obiettivi dell'economia predatoria e speculativa, per la quale tutto è risorsa e quindi convertibile in merce. Perciò, esso contribuisce a preservarla e riprodurla. Siamo cioè in quella forma del tempo che Nietzsche avrebbe chiamato «il divenire senza avvenire»».

E come mai tendiamo a non accorgercene neppure?

«L'espressione «estetica triste» sta a indicare proprio questa dimensione di occultamento. Come ho detto, una cosa è la sapientissima tecnica e l'irresistibile design incorporati nell'ecosistema digitale con cui abbiamo a che fare. Altra cosa è la potenza devastante dell'impatto ambientale e umano che ne caratterizza la produzione e il consumo. È lo stesso alone di tristezza estetica che circonda non pochi



Corriere del Ticino
6903 Lugano
091/ 960 31 31
<https://www.cdt.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 33'817
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Seite: 30
Fläche: 76'302 mm²

Auftrag: 1095161
Themen-Nr.: 375.008

Referenz: 74586168
Ausschnitt Seite: 2/2

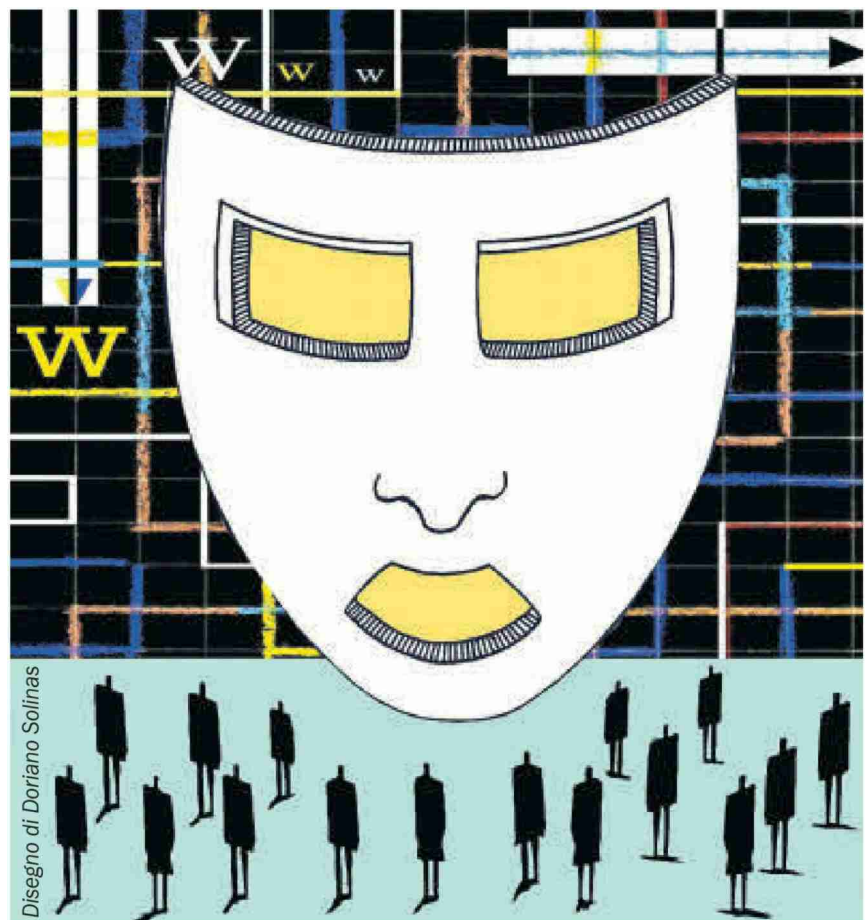
oggetti del mercato del lusso, quando veniamo a sapere dove e in quali condizioni siano prodotti alcuni dei suoi semilavorati. Triste è dunque quell'estetica che, sotto lo scintillante manto dell'innovazione, occulta sacche di sofferenza inaudita. Situazioni, cioè, dove il lavoro viene riportato a forme di schiavismo che non avremmo mai pensato di vedere risorgere. La triste estetica, qui, altro non è allora se non il risultato di una micidiale arte della dissimulazione».

Come se ci fosse un progressivo e continuo meccanismo di rimozione o addirittura di «oblio indotto»?

«Il meccanismo attraverso cui moda e design convergono sugli oggetti della triste estetica, ce lo spiega bene Leopardi nelle *Opere morali*. Nel geniale dialogo tra la morte e la moda messo in scena in queste pagine, ciò che appare è proprio l'idea della moda in quanto principio di accelerazione dell'obsolescenza. Vi si mostra la somiglianza, la parentela, la prossimità tra la moda e la morte, anzi l'imprendibilità della moda rispetto alla morte, che giunge quando la moda è ormai già altrove, cioè sempre troppo tardi. Come la morte con le sue vittime, anche la moda mortifica gli oggetti che appena prima ha glorificato: una potentissima tecnica dell'oblio. Quando la morte si rivolge alla moda, rispondendo al suo invito, che cosa incontra? Solo gli immensi cumuli delle nostre discariche. In quanto tanatologia, la moda è già sempre un passo avanti rispetto alla morte. La moda compie la sua parabola senza attendere la chiamata della morte, non ne ha bisogno avendo entrambe la stessa madre, che si chiama Caducità. Questa è la ragione per cui laddove l'estetica si fa triste, oltre che ipocrita, essa è sempre anche una estetica effimera».



**Incanto e seduzione
Il design imperante ci sta facendo scivolare in quella forma del tempo che Friedrich Nietzsche avrebbe chiamato «il divenire senza avvenire»**



FABIO MERLINI
L'ESTETICA TRISTE
Seduzione e ipocrisia
dell'innovazione
BOLLATI BORINGHERI,
pagg. 138, € 14