DOPPIOZERO

Orsi alcolisti e fumo del food (design)

Dario Mangano
29 Aprile 2013

Cosa ci fa un orso di ghiaccio nel whisky? Niente a che vedere con i romanzi di Chandler o con qualche allucinato remake di Casablanca, il piccolo iceberg sul quale svetta un minuscolo animaletto non è che l'ultima creazione di uno dei tanti designer che hanno deciso di occuparsi di cibo, o, per coerenza linguistica, di food. Potremmo pensarla come una curiosità, una delle tante incarnazioni del design grazie a cui saltare dai mobili alla grafica, dal web alle automobili fino, appunto, alla roba da mangiare, se non fosse che i designer sembrano puntare molto proprio su tale dimensione.

A testimoniarlo la mostra ancora in corso al MaRT, il museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto, dedicata proprio al progetto del cibo (di cui Doppiozero ha già parlato qui), nonché la recente settimana milanese del design in cui il food è comparso spesso. Ma cosa significa ideare cibo? E cosa ha a

che vedere questa attività con il design in generale e con la cara, vecchia cucina?

Per cercare di capirci un po’ di più conviene ripartire dagli oggetti, sempre ben disposti a rilasciare interviste, se si sa quali domande fargli. Eccone un po’: la torta a forma di un diagramma, per esempio, uno di quelli “a torta” per l’appunto, di cui i fogli elettronici ci hanno riempito la vita e che, grazie a un altro designer, riprende il suo significato letterale: un dolce in cui ogni spicchio colorato indica la percentuale dell’ingrediente corrispondente. Oppure il biscotto a forma di “splash” che si appoggia al bordo della tazza mimando lo schizzo; e poi la baguette con impugnatura curva per accogliere la mano, il lecca-lecca divisibile in due metà, il cioccolato a forma di metro con tanto di centimetri, fino ad arrivare al panino con l’hamburger di legno, giocattolo per bambini che di nome fa *Slow Wood*.

In cosa consiste il progetto in questi casi? Non parliamo ovviamente degli aspetti tecnici, del calcolare perfettamente la forma e la dimensione del ghiaccio in modo che l’orso rimanga fuori dall’acqua (c’è anche quello a forma di pinguino, se siete interessati) con il whisky che lambisce appena i suoi piedi senza farlo rovesciare. Parliamo invece di ciò che potremmo intendere come il senso di quell’oggetto. Ed eccoci a pensare a quello che il progetto sostituisce, ovvero il cubico ghiacciolo – ma anche la torta della nonna, un biscotto Atene, il comune sfilatino, il “ciupaciupa”, la tavoletta di cioccolato, i mattoncini di legno – perché, come ripete sempre un sociologo delle scienze come Bruno Latour, il design è sempre re-design, mai creazione ex-nihilo.

Come funzionava il tradizionale cubetto di ghiaccio e come funziona adesso il nostro caro orso? La prima differenza sta nei sensi convocati: l'orso galleggiante vuole farsi guardare, è carino, spiritoso, attira l'attenzione. Il problema è che, con lui nel bicchiere, il nostro rapporto con il whisky cambia. Cominciamo a fissarlo il bicchiere, al contrario di quanto avrebbe fatto un Bogart di questi, che lo avrebbe portato in giro con nonchalance, magari accostandolo di tanto in tanto alle labbra per rimarcare una pausa nella conversazione, o usandolo per lanciare uno di quegli sguardi in tralice attraverso il vetro che sostituisce la conversazione. Per non dire del tintinnio, quel rumore caratteristico che i diversi pezzetti di ghiaccio producono scontrandosi fra loro e con le pareti di vetro e che, nella nuova situazione, è difficile da ottenere.

L'unico modo sarebbe avere un bicchiere in grado di ospitare una colonia di orsi, in quel caso però bisognerebbe anche aver voglia di sottoporre gli animaletti a un "whisky forza nove" che quasi certamente li decimerà. Provate a immaginare i poveri plantigradi tutti sottosopra mentre l'alcool gli scioglie la faccia…Anche se non avete nessuna pietà per orsi e pinguini non avrete scampo: in un modo o nell'altro, il rito del sorseggiare il whisky cambierà; e con esso quella parte del suo sapore che non proviene dalle nostre papille gustative ma da quell'insieme di sensazioni di cui la lingua non è che una delle sedi e che si estende alla vista, all'odorato, al tatto, all'udito – a quel magma indistinto, insomma, che chiamiamo gusto.

Ma torniamo ai designer e alla domanda che tutti prima o poi ci siamo posti: il progettista aveva pensato a tutto questo? Sapeva di sconvolgere un gruppo di metodici alcolisti con la sua invenzione?
Per inciso, se non vi ritrovate in questo esempio, potete sceglierne un altro. Se preferite pensare alla torta a forma di diagramma, le cose non sono molto diverse: ce la vedete alla festa della vostra bambina di cinque anni? Se è sì, come immaginate che sia vestita la piccola mentre soffia le candeline su quella torta lì? e i suoi compagnetti?

Ora, il punto non è se il designer ci aveva pensato o meno, se l'innovazione più o meno artistica è stata concepita consapevolmente o magari presi dai fumi dell'alcool (whisky?). La questione è che, disegnando un oggetto, egli è intervenuto su un insieme di cose e di persone, su una rete socio-tecnica che, in un modo come nell'altro, è stata totalmente riconfigurata.

Starebbe qui, a ben pensarci, la differenza fra artista e designer – e quindi, poi, se volete, fra cuoco, chef e food designer: il controllo sulla rete di relazioni che si dipana a partire da un oggetto, e che sono esattamente ciò in cui consiste il concetto stesso di progetto. L'essenza del progetto, di qualunque progetto, è proprio questa: la relazione; una relazione che si stabilisce sia tra un individuo e una cosa, sia fra persone che si muovono in un mondo popolato da vari oggetti, sia fra le cose stesse che, fra loro, intrattengono relazioni che potremmo chiamare interoggettive. D'altronde, se così non fosse, come potremmo pensare a un unico professionista, il designer appunto, che ha competenze per progettare al tempo stesso automobili e siti web, la grafica di una rivista e gli stuzzichini per il cocktail dell'evento nel quale verrà lanciata. Si tratta di attività differenti che comportano la necessità di padroneggiare specifici saperi e saper-fare ma che possono – ripeto, possono – avere qualcosa in comune: una base costituita dalla qualità delle relazioni che quegli oggetti intratterranno con altre entità.

Eccola la differenza fra cuoco e designer, nonché la specificità di quest'ultimo. È un po' come la storia di Madame Bata, celebre stilista delle calzature che, quando incontrò per la prima volta Jacques Séguéla (che negli anni Ottanta era uno dei più celebri pubblicitari), gli disse: "giovanotto, non lavorerò mai con lei. Un venditore di scarpe non vende scarpe, vende piedi carini". Il designer fa la stessa cosa: deve porsi a un livello superiore rispetto alla concretezza della realizzazione, un livello in cui il progetto non è il disegno di un oggetto ma di una strategia. Non bello, dunque, ma efficace. E il modo per ottenere questa efficacia è cominciare mettendo da parte la matita e impugnando al suo posto la penna. In ogni caso, la sora Lella è salva. Buon pranzo!

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO