

## **Orienti mitici**

di Carlo Martino

Due recenti testi: *“I miti del nostro tempo”* di Umberto Galimberti, e *“Iconologies. Nos idol@tries postmodernes”* di Michel Maffesoli, i cui autori hanno origini e profili diversi, pongono l’attenzione su un fenomeno che ha evidenti ricadute nell’ambito del design, o almeno in quelle che potremmo definire le sue punte più avanzate. Il fenomeno che ben evidenzia Galimberti è quello del “Multiculturalismo” e cioè di una sempre più ampia presenza nell’immaginario collettivo di espressioni culturali diverse da quelle occidentali. Una presenza che Maffesoli definisce appunto “Orienti Mitici”, riferendosi più che altro alla mitizzazione di culture geograficamente diverse da quelle occidentali, ma cui è possibile far corrispondere non solo l’oriente tradizionale, ma anche alcune aree del sud del mondo. La contaminazione della cultura occidentale con altre tradizioni artistiche e con saperi diversi non è cosa nuova, ma è certamente nuova la modalità con cui oggi questa si sta attuando. Una modalità che non ammette più una supremazia dell’occidente ma si fonda su un “reciproco riconoscimento” e con un conseguente “sostegno dell’alterità”.

Il fenomeno inizia oggi ed essere percepibile anche nel design, in cui le “fogge etniche” di nuovi prodotti, hanno incuriosito il pubblico degli ultimi saloni del design e la stampa di settore. Mi riferisco per esempio agli imbottiti disegnati dallo studio anglo-indiano Doshi Levien per Moroso, fortemente evocativi della cultura indiana, o agli oggetti proposti da Maybe, gruppo di designer turchi, con sedi a Vienna ed Istanbul, chiaramente ispirati ad alcune icone della cultura ottomana. A partire dai due esempi, l’elenco potrebbe continuare con numerosi altri “oggetti multiculturali”, ma quello che emerge è, di fatto, uno nuovo scenario che dimostra, ancora una volta, la capacità del design di essere nella contemporaneità e anzi di contribuire fortemente a comporla.