

# LE COSE NELLA POLITICA:

*la relazione tra gli oggetti del consumo,  
la partecipazione politica,  
l'azione del Design.*

## APPENDICE: *le interviste*

☞ *Giulio Iacchetti ~ designer*  
*Beppe Severgnini ~ giornalista*  
*Nichi Vendola ~ politico*

Trascrizione a cura di:  
Nicole Galeone // 735934

Relatore: Prof. Flaviano Celaschi



Politecnico di Milano // Facoltà del Design  
Corso di Laurea Specialistica in Design del Prodotto  
Anno Accademico 2009 . 2010  
Discussione di Laurea // 21 ottobre 2010



Giulio Iacchetti, nasce nel 1966 e dal 1992 intraprende il suo percorso attraverso l'industrial design. Oltre all'attività progettuale, riveste il ruolo di insegnante presso varie università e scuole di design sia italiane che estere. Ciò che lo differenzia dagli altri designer è la sua metodologia progettuale, fatta di ricerca e di definizione di nuove tipologie oggettuali; Moscardino, la posata biodegradabile al 100% creata con Matteo Ragni ne è una prova: questo prodotto si aggiudica infatti il Compasso d'Oro nel 2001 ed entra a far parte della permanente dedicata al design presso il MoMA di New York.

Un'altro progetto degno di nota e valso il Premio dei Premi per l'innovazione nel 2009, conferito dal Presidente della Repubblica è Eureka Coop. Tale progetto porta il design nella grande distribuzione e lo rende per la prima volta veramente democratico.

Giulio Iacchetti ha inoltre collaborato con brand come iB rubinetterie, ceramica Globo e il Coccio design edition. Per Corraini Edizioni ha curato il libro "Italianità", una raccolta di oggetti, simboli, odori, sapori e suoni che rappresentano e formano la coscienza del popolo italiano. Nel maggio 2009, "Giulio Iacchetti. Oggetti disobbedienti" è il titolo della sua personale ospitata presso il Creative Set della Triennale di Milano.

24 settembre 2010

*- Condividi la tripartizione che ho fatto? Le vengono in mente situazioni o casi che non ho ricompreso o che confermano questa ipotesi?*

Io penso che, prima di tutto non me la sento di dire se condivido o meno questa tripartizione, perchè questa è una tesi tua, devi sostenerla e quindi io non posso avallarla, perchè nel momento in cui avalliamo una cosa riferita ad una tesi, è un po' come se fosse già acquisita dal mondo e non è più una tesi. La tesi ha la forza di dire, di andare a scrutare situazioni che nessuno ha mai esplorato prima e se io arrivo alla fine del tuo percorso e dico: " Bene, abbiamo fatto materiale condivisibile e via...", allora... quindi sulla tripartizione, dovrei anche pensarci e studiarla, però quello che penso in generale è che il nostro ruolo di designer, ma comunque mettiamoci anche nella dimensione dell'arte, intesa come l'arte greca, mi viene in mente un filosofo greco che diceva "Io penso perchè ho la mano", come dire che la mano è la presenza tangibile dell'intelligenza, del pensiero perchè l'uomo fa, di solito si dice al rovescio, ma è dalla mano che si arriva al pensiero; chi fa, l'artista in senso classico, che non era certo quello che abbiamo in mente noi come idea romantica dell'uomo maledetto, ma parlo dell'uomo che fa l'artista che è nella società e ha questo ruolo, il nostro, che adesso sono i designer anche o soprattutto, sono sempre strumentali al potere; ti faccio subito un esempio: io progetto una lampada per Foscarini, io sono integralmente osservatore, in questa situazione; lascia stare l'aspetto creativo della lampada, la forma etc., però se io rispondo ad un brief di un'azienda ce ha un mercato, che ha un commercio, che si regge sul sistema capitalistico del mondo, io lavoro per quell'azienda e sostengo quel sistema.

Non c'è niente da fare. Non si può decidere a tavolino: "Io sono fuori dal gioco", oppure seguo un altro percorso, il sistema o lo sostieni o lo contrasti.

Probabilmente, poi, in noi c'è anche una doppia natura che è anche motivo di dissidio, perchè è chiaro che io posso fare contemporaneamente la lampada per Artemide, per Foscarini e poi faccio una mia mostra dove contesto il sistema, dove per esempio faccio una cosa scandalosa come

regalare le cose. Se tu regali una cosa, fai un gesto politico, non fai un gesto di generosità; fai un gesto politico di contrasto severo, duro al sistema delle merci, del prezzo, del mercato, etc. . Tu immagina cosa potrebbe succedere se si diffonde questo verbo incredibile della gratuità, il nostro mondo finisce, quello che non è riuscito a fare il comunismo lo potrebbe fare la gratuità. Credo che ogni nostra azione ascrivibile a sostegno o che si pone fuori, ha una posizione politica, il nostro lavoro è strutturale, è un segmento di questo potere.

*- Politica e consumo delle merci nel contemporaneo: è un legame chiaro, le ideologie in campo oggi secondo Lei si esprimono in qualche senso sul rapporto con le merci e con il design?*

Adesso più che mai sento che siamo ad un crepuscolo.

Questa domanda che tu mi poni, segna per me un momento tragico della nostra storia, della nostra esperienza: il sistema capitalistico ormai ha i giorni contati, quello che si rende evidente e manifesto è che noi fino adesso abbiamo sostenuto un sistema di sviluppo, di creazione delle merci e di diffusione delle merci che è arrivato ad un punto di non ritorno: tutti producono, tutti fanno, i magazzini si riempiono, la gente non può più fisicamente acquistare cose, non c'è più fisicamente lo spazio; qualsiasi politica atta a sostenere il mercato delle automobili, è una politica mostruosa, ma non per la mobilità, per l'inquinamento, capista... non c'è più posto dove metterle! Le nostre strade sono intasate come le arterie di un arteriosclerotico arrivato ai 100 anni!

Sono arterie chiuse, con macchine parcheggiate in seconda, terza fila; il mercato che è impazzito e non ha cognizione obiettiva della realtà, continua a parlare come un pazzo e dire: *“Fare auto, vendere auto, vendere auto, fare auto, per i lavoratori, per la FIAT, perchè han licenziato, perchè Napoli, perchè...”* perchè ormai è una questione sociale, questa, non è più questione di merce.

Questa cosa ci fa capire che è il sistema in cui stiamo annegando che non funziona più.

Quindi, adesso la domanda è politica e consumo delle merci, ma è la stessa cosa.

Ormai il consumo delle merci è un fatto di controllo sociale: non si vende, la gente non lavora, non guadagna, non porta a casa lo stipendio, succede un casino e bisogna inventarsi qualcosa da far fare a queste persone, cosa gli facciamo fare? Altra merce, che dobbiamo in qualche modo spalmare in un mondo che non ne può più, anche economicamente.

Io voglio comprare la Porsche che tu mi fai pagare in trecentomila rate, ma non ho quei soldi.

Credo veramente che queste domande, stimolino una riflessione che va ben oltre al vostro ruolo che dovrete reinventare fuori dall'università, perchè così non si può più reggere il sistema.

Non voglio essere né apocalittico, né crepuscolare, dico solo che ci sono già delle ottime iniziative che vedo, fatte da giovani designer che si stanno muovendo in un'altra direzione: per esempio attraverso un nuovo rapporto con l'artigianato; l'artigianato per noi rappresenta l'età dell'infanzia dell'industria, e l'artigiano bravo diventa l'industria, e questa è la maledizione: la crescita.

La crescita ti porta a ragionare attorno alla produzione di merci: tu vai dall'artigiano e dici: *“Ho bisogno di una penna”*; *“Bene, come la vuoi”*; *“Così”*; lui la prepara e in due settimane eccoti la penna, una, ne avevi bisogno, ora la hai e il circuito finisce.

Qualcuno però poi comincia a dire: *“Ah! Come lavora bene questo artigiano, che bella penna, ne voglio una anche io”*, e altri: *“Ne voglio una anche io”*, *“E anche io”*... E allora l'artigiano dice: *“Ne vogliono tante, devo comprare una macchina utensile”*, e allora compra la macchina utensile per farne di più; poi però quello che gli vende la macchina utensile gli dice: *“Comprala più grossa così invece di farne una alla volta, ne fai cento”*; e allora ti devi far un magazzino, e poi le vende tutte

e cento, e poi ad un certo punto farà la produzione in Cina, ne farà cinquantamila, la gente non ne vorrà più, i suoi operai non lavoreranno, li metterà in cassa integrazione, pagheremo noi i contributi... Hai capito che pazzia? Questo è l'artigiano che vuole diventare industria.

Il rapporto che dicevo, che ho scoperto, che colgo, è molto attento, è molto attuale, è un nuovo rapporto tra designer e artigiano; perchè è lì che si svolge in maniera piena il nostro ruolo e in cui si può spendere bene il nostro valore.

*- Considerando il percorso che Le ho presentato, crede che oggi il designer abbia di fronte la possibilità di assumere un nuovo ruolo di mediatore tra politica e merci/oggetti?*

No, il designer non conta niente.

Non perchè c'è una non assunzione di responsabilità, anzi, ma per quello che fa, il designer non può incidere di niente in queste scelte strategiche: possiamo sostenere il nostro lavoro, ogni volta che facciamo un oggetto possiamo dire: "Sii maledetto!", come dice Enzo Mari, che poi alla fine dovrebbe sempre dire no, e quando dice sì poi si pente perchè doveva dire no, no al sistema, all'industria etc., alla produzione, al consumo delle merci; in questa cosa in designer non ha nessun ruolo. L'unica cosa che possiamo dire, se un'industria viene a cercarti è rispondere: "Io non voglio lavorare per te"; poi però dopo di te ci sarà sempre un designer che dice: "No, no io sono disposto"; ma non è la questione di far cartello e dire no all'industria, è che noi comunque siamo servitori di un sistema sbagliato.

Beppe Severgnini nasce a Crema nel 1956, dove studia fino alla maturità classica. Successivamente alla Laurea in Diritto Internazionale, passa un periodo presso la Comunità Europea a Bruxelles per poi divenire corrispondente de "il Giornale" di Montanelli da Londra, e da numerosi altri luoghi; è il 1984. Negli anni successivi lavora per molte altre famose testate, italiane e internazionali tra cui "The Economist" (1993) e "La Voce" (1994,1995). Dal 1995 scrive al "Corriere della Sera" e dal 1998 conduce il forum "Italians", al quale ha dedicato il suo ultimo libro "Italians. Il giro del mondo in 80 pizze" (Rizzoli 2008). Appassionato del Club Internazionale, scrive per la "Gazzetta dello Sport" dal 2001 e nel 2004, a Bruxelles, è stato votato "European Journalist of the Year". Ha condotto numerose trasmissioni televisive per RaiTre, collaborato con SKY e dal 2007 interviene quotidianamente per il canale radiofonico di RadioMontecarlo. Insegnante oltre che giornalista, ha tenuto lezioni per le maggiori università internazionali e nel 2001 Elisabetta II gli ha conferito il titolo di Officer of the British Empire, O.B.E.

24 settembre 2010

*- Condividi la tripartizione che ho fatto? Le vengono in mente situazioni o casi che non ho ricompreso o che confermano questa ipotesi?*

L'obiezione che mi è venuta immediatamente è, ti ripeto - in anni che io ho vissuto e avevo la tua età tra l'altro e tu no, cioè gli anni settanta - è vero che c'erano numerosi prodotti politici e nati come tali, ma negli anni sessanta e anche settanta, troviamo anche dei prodotti che non avevano questa grande connotazione politica, quindi che avevano alcune caratteristiche dei prodotti adottati dalla politica successivamente o addirittura apolitici al punto da venire adottati indifferentemente da persone di ideologie diversissime; se tu pensi alla piccola Olivetti è stata l'oggetto di culto per il mio maestro Montanelli, che era certamente - che ne dica Berlusconi - un giornalista conservatore e compagnia bella, e lo era per i giovani che scrivevano sul Manifesto, negli stessi identici anni.

*- Politica e consumo delle merci nel contemporaneo: è un legame chiaro, le ideologie in campo oggi secondo Lei si esprimono in qualche senso sul rapporto con le merci e con il design?*

Sì, qualcosa c'è, non ho dubbi.

Io penso che la tesi l'hai fatta tu e quindi non posso mettermi a fare una panoramica come l'hai fatta tu, però mi vengono in mente subito due cose: a sinistra per esempio, tutti i prodotti legati ad ambiente, verde, vegetariano, biologico e così via, di cui direi che la sinistra si è appropriata con grande velocità, sono stati però lenti rispetto alla Lega che ha preso il colore verde e che quindi ora lo utilizza come suo sinonimo.

La Lega ha mostrato un'intuizione cromatico/politica superiore, perché di fatto se tu dici verde è la Lega; i Verdi con le loro divisioni e le loro velleità si sono fatti scappare il loro colore, diciamo la verità. Quindi i valori di prima sono marcati decisamente a sinistra, e ancora lo è adesso.

Io conosco gente di destra che ha le stesse passioni per l'alimentazione sana e così via, però diciamo che mentre l'eno-gastronomia è trasversale, credo veramente che quello che la sinistra non è riuscita a capire è che già fin dagli anni sessanta, questo era un paese auto-indulgente, un po'

edonista, e quindi le ballerine pettorute di “Drive-In”, la buona cena con gli amici, piacevano al missino, come al democristiano, come al comunista - con la differenza che Berlusconi l’ha capito e a sinistra non l’hanno capito, questa è una cosa importante - .

Resta il fatto che, mentre appunto l’eno-grastronomia oggi, 2010, è abbastanza trasversale anzi, secondo me la passione politica frustata e la libido, soprattutto maschile, sono state spostate in questi campi in maniera evidente - l’ho messo addirittura in un fondo del Corriere un mese fa, dicendo che secondo me i miei coetanei sono tutti o gourmet, o sommelier, o giardinieri o ciclisti - secondo me è un caso classico di trasposizione della libido, e qua veramente è una questione più di generazione che di politica.

Il caso più interessante però è certamente a destra; tu non lo puoi sapere, ma io te lo dico, o lo sai da Twitter perchè l’ho messo ieri, il 27 ottobre esce un mio libro che si chiama “La pancia degli Italiani, Berlusconi spiegato ai posteri” e c’è un lungo ragionamento su tutti questi temi legati a Berlusconi e alla sua capacità di vendita che passa anche attraverso alcune cose - te ne dico qualcuna di banale - però secondo me non è stato abbastanza approfondito.

Lui da PubblItalia, da EdilNord, dall’edilizia, dalla pubblicità e dalla televisione ha imparato l’importanza dell’omogeneità del prodotto; ad un certo pubblico intellettuale il prodotto omogeneo sembra quasi sconcertante perchè dà un’idea di falsità, ma la verità è che una buona parte del pubblico vuole un prodotto senza imperfezioni: lui ha inventato il format di sè stesso; farà sorridere alcuni, ma i capelli che non cambiano mai... lui non è Dorian Grey, anche perchè usa la televisione al posto di un quadro, ma non c’è dubbio che quello che fa sorridere alcuni, per altri è la conferma che in lui vedono lo specchio della propria immutabilità, in un paese che rifiuta di invecchiare, in cui le mamme cinquantenne vogliono fare le amiche delle figlie, e quelli della mia età fanno la corte alle suddette amiche delle figlie; non c’è dubbio che lui ha incarnato un formato.

Il blu, che nella cromoterapia è il colore più rassicurante, lui è sempre vestito di blu, i capelli neri che sono un segno del tempo che non passa, e poi quella che veniva vista come una debolezza umana, esibita come una vanità, quindi il ricorrere al lifting, al trapianto dei capelli... questa è stata veramente una sorta di catarsi per molti italiani.

Certamente lui è il caso più interessante da studiare, si potrebbe continuare a lungo.

Se tu ti fai un giro sul sito del Popolo della Libertà e sul sito del PD, capisci quale è la differenza. Le mie idee politiche sono abbastanza note, visto il mestiere che faccio, non posso essere etichettato fra i *pasdaran* di Berlusconi, sicuramente no, io sono allievo di Montanelli che ha lasciato “Il Giornale” per via di Berlusconi, ma ho comunque gli occhi per vedere, devo essere un osservatore. Dico che la semplicità - tutto ridotto ad appunti, a numeri - lui ai tempi di PubblItalia, facevo le convention e diceva: “Non supponete troppo dell’intelligenza di chi vi ascolta”; un’altra frase famosa: “Dovete diventare convessi con il concavo e concavi con il convesso”, quindi adattarsi a tutti i costi; un’altra frase sua: “Non sono i clienti che devono adattarsi a noi, ma noi ai clienti”. Di fatto è il suo manifesto politico; lui ha avallato qualunque istinto italiano, di qualunque tipo. Secondo me certamente, c’è un rapporto con le merci e con il design; lui ne è un caso clamoroso. Gli unici che hanno, in maniera un po’ rudimentale, capito questo è la Lega; la Lega ha un prodotto molto semplice, ma non c’è dubbio che un aspetto più popolare - che non è una parolaccia, tutt’altro - che a Milano era prerogativa della sinistra, ora scippata dalla Lega... tu dirai: “ I voti !”, ma i voti sono stati una conseguenza a una sottrazione abilissima di tutta l’iconografia e di tutti i tipi di prodotto: il bar di periferia, la macchina un po’ tamarra...

La sinistra ha saputo, malamente tra l'altro, soltanto riprodurre dei modelli che io ho visto negli anni settanta: se tu vai alle manifestazioni della sinistra, dell'ultra sinistra, mi sembra la macchina del tempo, rivedo cose che vedevo per strada alla tua età; vedevo certe barbe, certi capelli, certe gonne, certe cose per cui non dico bello o brutto, ma dico soltanto che loro, i ragazzi della sinistra, dell'ultra sinistra, si vestono adesso come si vestivano nel 1975.

I ragazzi della destra, hanno cambiato: nel 1975 avevano il Ray Ban, la scarpetta a punta di Fiorucci - lo so, io non ero certo di quelli, e non ero neanche degli altri, avevo un gruppo che si chiamava Liberal-democratici, eravamo in sette; cento nel movimento studentesco, centocinquanta del Movimento Gioventù di Destra e poi c'erano quelli di Comunione e Liberazione, sempre serissimi, il mio motto era: "Questi bisogna farli ridere almeno a Pasqua o a Natale"; era una scelta di minoranza fin da ragazzo - però non posso non notare che c'è stata una mutazione proprio spettacolare da un punto di vista estetico nella destra, che non è avvenuto nella sinistra.

*- Considerando il percorso che Le ho presentato, crede che oggi il designer abbia di fronte la possibilità di assumere un nuovo ruolo di mediatore tra politica e merci/oggetti?*

Io credo di sì.

Credo che la politica e il design, siano due dei modi di interpretare lo spirito dei tempi, ce ne sono altri, che la politica utilizzerà sempre le intuizioni del design per i suoi scopi, che non sono necessariamente cattivi: io ho seguito le elezioni di Obama negli Stati Uniti e ci sono state delle novità importanti dal punto di vista della comunicazione di che i democratici hanno trascurato. In tutto questo cianciare sul trovare l'Obama italiano, non è mai stato fatto; per esempio la comunicazione che oggi c'è in Stazione Centrale di Bersani è una comunicazione del 1986, la frase, lui in maniche di camicia: non vè, è antica.

Obama ha fatto molti passi avanti.

Quindi non c'è dubbio che la politica tenterà di trovare le migliori idee, i migliori prodotti da associare a sè, e questo io non lo condanno, non lo biasimo, non lo incoraggio.

Sono meno certo che il design debba 'giocare' con la politica, o dare una connotazione politica netta alle sue idee e ai suoi prodotti, anche perchè se fai questo ti giochi una buona parte del tuo potenziale mercato.

I più grandi successi dal punto di vista del marketing e della comunicazione sono state cose completamente apolitiche e che di solito vanno a prendere degli antichi meccanismi italiani, quasi degli stereotipi: pensa a Barilla, alla famiglia, che è stata una dei modelli; o il giovanilismo spinto che c'è in tutte le pubblicità della moda o delle automobili, dove il protagonista è di solito un signore della mia età che è interessante perchè ha i soldi per comprarsi quella macchina, ma che con quella macchina dimostra anche molti anni di meno.

Quindi: ossessione per l'invecchiamento, passione per la famiglia, cura estetica, questi sono alcuni classici italiani che la pubblicità e la comunicazione, ma che secondo me anche il design, continueranno a sfruttare in maniera più o meno abile.

Sanno che se in qualche modo si mettono a pensare e produrre dei prodotti che nascono come dei prodotti marcati politicamente, lo possono fare solo nelle dittature, il tuo esempio della Trabant è eccellente. Di nuovo, io quelle cose le ho viste a quei tempi, là.

La Trabant era un prodotto ideologico: "I tedeschi dell'Ovest abbiamo le loro orrende e nobili Mercedes, noi avremo delle Trabant tutte uguali"; aldilà di tutto quell'ideologia non mi piaceva ma non posso negare che era coerente con essa.



Io credo che un mondo dove le ideologie non ci sono, un designer che pensasse di diventare colui che dà sostanza ad un pensiero politico che non c'è, sarebbe dura: se non c'è pensiero politico, che razza di sostanza gli dai? Se qualcuno lo intravede e lo prende troppo alla lettera rischia di inimicarsi o di mettersi contro... quindi io ci starei molto attento.

Quando dico design voglio dire 'idee di cose', io credo che i designer siano più avanti della politica e per me l'intervista più interessante che farai sarà quella con Vendola: sarà lui a dirti che la politica di fatto si trova ad inseguire.

Quindi io al mondo del design, della concezione di prodotti o di immagini, direi di non correre dietro alla politica perchè tanto è la politica che corre dietro a voi; è sempre stato così.

Nel libro "Cult Objects" di Deyan Sudjic, l'autore analizza e dimostra molto bene, secondo me, che la grandi intuizioni, la grande macchina da scrivere, il grande accendino, la grande televisione, la grande macchina, il grande impermeabile, cioè tutte quelle cose che sono diventate da oggetti a oggetti di culto, di fatto hanno a che fare con dei movimenti che sono più vasti.

La vespa è un esempio ottimo, ha avuto un grande successo, consentiva ai preti con le vesti lunghe di andare in moto e anche alle donne; la vespa era un prodotto che seguiva un'evoluzione sociale condivisa.

Se pensi ad uno degli architetti più innovativi, che ha lasciato il segno, un marchio inconfondibile, è Renzo Piano: in tutte le cose che fa, la politica per Piano è stato soprattutto un motivo di discussione, di impedimento in particolare in Italia.

La sua fantasia, sull'aria, la luce, lo spazio, sull'acqua, ha fatto cose in tutto il mondo e credo che la politica dovrebbe pensare al perchè Renzo Piano ha questo successo internazionale: "Cosa c'è dentro alle idee di quest'uomo che noi potremmo proporre al nostro elettorato?"

Se io fossi Vendola, farei una riflessione del genere.

Se Barilla continua ad avere successo, siamo sicuri che questa famiglia italiana, invece di riempirla di chiacchiere, starebbe meglio se provassimo a dare gli aiuti che danno negli altri Paesi europei, veri, e che in Italia non si vedono... Io trarrei conclusioni politiche dal successo commerciale degli oggetti, e con questo mi fermo.

## NICHÌ VENDOLA ~ politico

Nato a Bari, nel 1958, si laurea in Lettere e Filosofia con una tesi su Pier Paolo Pasolini. Iscritto sin da giovanissimo alla FGCI e al Partito Comunista Italiano, nella sezione di Terlizzi, il suo impegno in campo politico e sociale si fa subito notare, diventando inoltre giornalista presso "L'Unità".

Tra i promotori e fondatori dell'associazione Arcigay, e della Lega italiana per la lotta contro l'AIDS (Lila), nel 1990 entra a far parte del Comitato centrale del Partito Comunista Italiano. Dopo lo scioglimento del Pci è tra i fondatori del Partito della Rifondazione Comunista e diviene membro della Direzione nazionale.

Eletto deputato per la terza volta nel 2001, è stato vicepresidente della Commissione parlamentare d'inchiesta sul fenomeno della mafia e sulle altre associazioni criminali similari, componente della Giunta per il regolamento e componente della XIV Commissione permanente Politiche U. E. oltre che della commissione Ambiente

Ad oggi portavoce nazionale di Sinistra Ecologia Libertà, è stato presidente della Regione Puglia per la prima volta nel 2005 e è stato successivamente rieletto dopo le elezioni del 28 e 29 marzo 2010.

ottobre 2010

*- Condividi la tripartizione che ho fatto? Le vengono in mente situazioni o casi che non ho ricompreso o che confermano questa ipotesi?*

*- Politica e consumo delle merci nel contemporaneo: è un legame chiaro, le ideologie in campo oggi secondo Lei si esprimono in qualche senso sul rapporto con le merci e con il design?*

*- Considerando il percorso che Le ho presentato, crede che oggi il designer abbia di fronte la possibilità di assumere un nuovo ruolo di mediatore tra politica e merci/oggetti?*



