Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)
in Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali

Tesi di Laurea

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Gusti e consumi culturali:
Interpretazioni sociologiche del gusto tra Bourdieu e Peterson.

Relatore
Ch. Prof. Roberta Dreon

Correlatore
Ch. Prof. Daniele Goldoni

Laureando
Marta Vettoretto
Matricola 835470

Anno Accademico
20012 / 20013

Indice

INTRODUZIONE 1

1. DA DOVE NASCE IL CONSUMATORE ONNIVORO?
I PRINCIPI DELL'ANALISI DEL GUSTO: BOURDIEU E KANT

1.1Intento programmatico 9

1.2 Ritratto di un sociologo 10

1.3 Il pensiero sociologico 16

1.4 *La Distinzione* 18

1.5 Critica sociale del gusto o critica del giudizio? 21

1.6 Questione di gusti 27

1.7 I gusti estetici: il caso museale 35

1.8 La disposizione estetica 44

1.9 L'estetica popolare 50

1.10 Lo spazio sociale 55

1.11 L'*habitus*: Come opera la distinzione 69

2. LA NUOVA FRONTIERA DEL GUSTO:
IL CONSUMATORE ONNIVORO.

2.1 Un'alternativa alla teoria bourdieuiana 80

2.2 Le prima indagini: 1982 95

2.3 Chi è il consumatore onnivoro? 102

2.4 Attraverso gli anni '80 e '90 110

2.5 Le ragioni del cambiamento 115

2.6 Consumatori onnivori del ventunesimo secolo 122

3.VALUTAZIONI DELL'ONNIVORISMO:
IL CONSUMO COME SPECCHIO DELLA SOCIETÀ'

3.1 Tre visioni all'insegna del negativo 132

3.2 L'onnivoro *blasé* 136

3.3 Le mille facce di Manet 142

3.4 Consumo o fast-food? 148

3.5 Questione di *habitus* 154

3.6 Scenari futuri 196

BIBLIOGRAFIA

Opere di Pierre Bourdieu 172

Letteratura secondaria 173

Articoli 177

Siti web 178

Indice delle immagini

Img. 1. L.Welles, Grafico delle scelte alimentari. 33

Img. 2. P. Bourdieu, Schema rappresentante la disposizione dei vari capitali nello spazio sociale. 33

Img. 3. P. Bourdieu, Schema rappresentante la disposizione delle frazioni dominanti. 56

Img. 4. P. Bourdieu, Distribuzione in base alla frazione di classe delle preferenze per tre opere musicali. 92

Img. 5. Pannelli rappresentanti i cambiamenti nelle annate d'indagine: 1982, 1992 e 2002. 101

Img. 6. Schema delle variazioni percentuali fra consumatori onnivori e "altri" nel decennio 1982-1992. 113

Img. 7a-7b. *Les chaussures de Manet.* 144-145

Img. 8. *Cover* per *i-phone* e sottotazza. 112

INTRODUZIONE

Lo insegnano i docenti ad ogni prima lezione di economia: *De gustibus non disputandum est*[1], per sostenere che i consumi degli individui non si possono discutere in quanto essi sono fortemente individuali e soggettivi, eppure le pagine seguenti si possono considerare proprio come un'approfondita discussione circa i gusti individuali e di gruppo.

Grazie e attraverso l'iPod, l'iPad, My sky e iTunes l'individuo e la sua soggettività sembrano essere tornati a costituire il perno attorno al quale gira la società, ogni aspetto della vita è a tal punto personalizzabile che vige la convinzione secondo la quale difficilmente possono esistere anche solo due librerie musicali del tutto sovrapponibili.

Eppure studi filosofici e teorie sociologiche *pre* e *post* bourdieuiane considerate in questo elaborato dimostrano che questa non è la reale situazione contemporanea, e che molti altri fattori contribuiscono a complicare l'oggetto qui preso in considerazione.

In uno scenario simile è importante saper distinguere le mode fini a se stesse dalle tangibili teorie in grado di descrivere una questione tanto complessa e ambivalente.

Il mio punto di partenza, nonché ossatura di fondo di tutto il complesso, è stato il saggio di Birgit Eriksson "*On Common Tastes: heterogeneity and Hierarchies in Contemporary Cultural Consumption*", edito nel 2008-2009 da *The Nordic Journal of Aesthetic.* Questo saggio offre un quadro completo e riassuntivo di tutte le posizioni più rilevanti che si sono affacciate negli anni nel dibattito sociologico riguardante i gusti culturali.

La sfida che mi si è posta davanti è stata quella di far conciliare due tesi apparentemente contrastanti fra di loro: la teoria distintiva bourdieuiana e l'ipotesi onnivora petersoniana.

L'obiettivo del presente elaborato non era però quello di verificare la veridicità di una delle due teorie da me presentate, ma è stato piuttosto quello di analizzare somiglianze e

---

1 http://www.treccani.it/vocabolario/de-gustibus-non-est-disputandum/
Traduzione dal vocabolario *online* treccani.
Frase lat. («sui gusti non si può discutere»), di origine non classica, assai frequente nel linguaggio com. (spesso anche nella forma ellittica *de gustibus*) per affermare che i gusti sono soggettivi e ognuno ha diritto ad avere i suoi, per quanto strani possano sembrare ad altri.

discrepanze fra le più recenti tendenze per quanto riguarda le teorie sociali del gusto.
Gli interrogativi che ho tratto dal saggio di Birgit Ericksson, e che ho perseguito in tutto il mio percorso, sono principalmente i seguenti:
L'onnivorismo è il preludio di un nuovo avvento dell'universalismo kantiano o si può considerare come un nuovo abito indossato della distinzione bourdieuiana?
In altri termini, la direzione che stanno prendendo i gusti e i consumi culturali oggi è rivolta verso un'estensione dei consumi da parte di ogni agente sociale o piuttosto persiste sulle tradizionali divisioni in classi cambiando però le modalità con cui queste vengono attuate?
Chiunque può essere un consumatore onnivoro, indipendentemente dal proprio capitale economico, culturale e dalla propria posizione sociale?
Per rispondere a queste domande ho articolato la mia tesi in tre capitoli, il primo ha assunto un'impronta più didattica, mentre i due rimanenti articolano la tesi dell'onnivorismo su più fronti, con rimandi a molti autori diversi fra loro. Ma andiamo con ordine.
Il primo capitolo è volto a fornire un quadro parziale della figura di Pierre Bourdieu e, in particolare della sua teoria secondo cui la disposizione estetica di origine kantiana, con i suoi caratteri di disinteresse, distacco e mera contemplazione, lungi dall'essere universalizzabile, è invece selettiva, di classe e soprattutto basata su una volontà di dominio.
Ho quindi presentato prima di tutto il contesto storico e il suo pensiero in generale per poi concentrarmi sul concetto di *habitus*.
Nell'avvicinarmi alla figura del sociologo francese è sorta la necessità di tornare alle origini delle teorie del gusto volgendo il mio interesse verso la *Critica della capacità di giudizio* kantiana. Le figure di Kant e Bourdieu sono indubbiamente molto diverse e proprio questa lontananza mi è stata d'aiuto per inquadrare meglio sia la figura del sociologo che il problema posto dal mio articolo di riferimento *On Common taste.*
Seppure l'approccio di Kant sia quello di un filosofo, Birgit Eriksson ha sottolineato l'importanza di rivisitare l'idea di gusto proprio a partire dall'estetica moderna.
Il noto testo kantiano è stato preso in considerazione poiché propone una visione del gusto universale, slegata da confini imposti dalle classi sociali, proprio come potrebbe apparire la teoria petersoniana.

Poiché l'onnivorismo consiste in un ampliamento del gusto e in una conseguente rimozione di barriere di classe, il legame con la visione kantiana del gusto è d'obbligo, in tal senso l'ipotesi statunitense appare come una nuova era del gusto basata su una cultura democratica e condivisa e non più divisa per classi.
L'universalismo kantiano, nel momento in cui viene messo in relazione con queste nuove teorie, ci pone di fronte a un interrogativo: l'onnivorismo è -o è destinato a produrre una nuova forma di "giudizio estetico", condivisibile da tutta la comunità dei soggetti giudicanti?
Peterson, nei primi anni delle sue ricerche, era alquanto propenso ad appoggiare questa visione piuttosto che abbracciare la divisione in classi bourdieuiana, ma il fenomeno ha invece virato verso una direzione inaspettata.
L'onnivorismo non è universale e nemmeno democratico; nei decenni analizzati da Peterson si è difatti rivelato come una pratica riservata alle sole classi dominanti e, oltretutto, non è un atteggiamento disinteressato bensì ben radicato in una volontà di potere in ambito sociale.
Nella seconda metà del primo capitolo le classi e le gerarchie sociali, il capitale culturale, economico e simbolico, ma soprattutto la distinzione sono i principali strumenti da me adoperati per dare una spiegazione al fenomeno del gusto.
Ne *La Distinzione* Pierre Bourdieu ha scandagliato gli usi e costumi della Parigi del suo tempo dando spazio a pratiche come l'alimentazione, l'abbigliamento, gli stili di vita, i consumi artistici, gli sport e persino i passatempi, in quanto ognuna di queste pratiche, nel momento in cui viene esibita, innesca una logica di inclusione-esclusione.
Il gusto non è altro che un mezzo per distinguersi e, conseguentemente, dominare la gerarchia sociale perpetuando il potere delle classi dominanti.
Questa bourdieuiana interpretazione dei gusti è un utile premessa per comprendere al meglio il fenomeno onnivoro poiché, anche secondo la teoria statunitense, le preferenze individuali coinvolgono un gran numero di connessioni e complicazioni rispetto a quanto potrebbe apparire a una visione superficiale.
Bisogna inoltre considerare che il fatto che, seppure i questionari statunitensi mostrino come le classi di gusto individuate da Bourdieu si siano oggi dissolte, ciò non implica necessariamente che la teoria distintiva non sia più valida o che sia contrastante con l'onnivorismo: le gerarchie di *status* esistono ancora oggi, hanno solo cambiato forma

per poter mantenere una posizione di dominio.
Dopo aver delineato il quadro teorico di riferimento bourdieuiano e kantiano, nel secondo capitolo ho analizzato in maniera precisa e puntuale gli studi petersoniani, lasciando sempre molto spazio ai dati statistici e cercando di valorizzare il lavoro di ricerca sul campo.
A partire dalla prima analisi empirica condotta dal *U.S. Bureau of the Census* nel 1982 ho dedicato un paragrafo a ogni decennio in cui sono stati somministrati i questionari e cioè 1992 e 2002; mi sono inoltre soffermata a lungo sulle modalità in cui questi sono stati effettuati e ho spesso riportato i dati percentuali più rilevanti nel testo.
Peterson ha infatti sviluppato il suo pensiero critico partendo da dati statistici precedentemente elaborati da questionari, i quali si focalizzavano in particolare sui gusti e disgusti in ambito musicale.
Dai risultati di queste analisi Peterson ha notato una tendenza da lui definita come "onnivora" poiché questa, proprio come suggerisce la sua denominazione, consiste in un ampliamento dei gusti e dei consumi culturali esclusivamente tra gli intellettuali elitisti i quali, spinti dal progresso tecnologico, hanno scavalcato le barriere che essi stessi si erano imposti nei confronti dei generi popolari.
Questa scoperta non può che significare che la distinzione delle gerarchie sociali come era stata conosciuta sino ad allora, e cioè quella bourdieuiana basata secondo nette divisioni a seconda alla classe sociale di appartenenza, stava mutando.
L'approccio petersoniano è in costante dialogo critico con le teorie bourdieuiane, ci sono momenti di vicinanza come il valore attribuito a teorie fondate sull'osservazione diretta delle pratiche sociali, ma non si può negare la diversità che deriva dal fatto che i due sono figli di generazioni e continenti diversi.
Queste due teorie apparentemente opposte hanno però infine mostrato somiglianze non indifferenti, a tal punto da potersi considerare l'una il completamento dell'altra.
Se il 1982 si può definire come il punto di partenza per il riscontro dell'onnivorismo, nel decennio successivo -1992- il sociologo statunitense, in collaborazione con Roger Kern, ha ulteriormente complicato la questione suggerendo che una nuova e più giovane generazione di onnivori intellettuali inclusivisti stavano sostituendo quella precedente, e cioè gli *snob* esclusivisti.

Generazioni più giovani e più onnivore, ma sempre elitiste, stanno dunque sostituendo quelle più anziane caratterizzate da una dieta culturale più rigida e legata a canali tradizionali.
L'adozione di una "dieta" limitata è una prerogativa non solo delle generazioni più anziane ma, principalmente, è una caratteristica propria delle classe più basse, degli individui dotati di minor capitale economico e sociale, definite da Peterson come univori.
Ho riscontrato una connessione con la teoria bourdieuiana nel tentare di dare risposta a uno dei miei interrogativi: avere una dieta monotematica non è una scelta, ma è una condizione insita dell'*habitus* individuale di ognuno, pertanto gli univori dominati non potranno mai diventare consumatori onnivori.
Nel terzo capitolo ho ulteriormente supportato questa prima risposta attraverso l'aiuto di altre teorie come ad esempio quella deweyana.
Nel 1992 l'onnivorismo ha dunque apparentemente guadagnando terreno grazie alle nuove generazioni, le quali sono sempre più istruite, molto più aperte alla diversità e, conseguentemente, sempre più onnivore.
La nuova tendenza sociale statunitense ha però subito un arresto, se non addirittura un crollo, riscontrato nelle indagini del 2002.
Peterson ha ipotizzato cinque cause che potrebbero aver portato a questa regressione, queste sono: cambiamenti strutturali, cambiamento dei valori, cambiamenti nel mondo dell'arte, politiche generazionali e politiche dei gruppi.
Il terzo capitolo si chiude con un interrogativo: l'onnivorismo è veramente in declino?
Nel saggio *Problems in comparative research: The example of omnivorousness,* Peterson avanza nuove proposte per spiegare questa improvvisa e radicale inversione di tendenza e vaglia la possibilità dell'emissione di "falsi risultati" nei dati forniti dai questionari. I risultati dei questionari potrebbero essere influenzati da quelli che il sociologo statunitense descrive come *artefatti metodologici;* fra questi spicca soprattutto il cambiamento del supporto con cui è stato diffuso il questionario, il mezzo con cui l'indagine è stata condotta, le differenti procedure di campionamento e, infine, il periodo dell'anno in cui le ricerche sono state effettuate.
Giunti in coda al capitolo non si è arrivati a una vera e propria risoluzione del problema, l'onnivorismo potrebbe essere in declino, ma questo non è un dato certo, ho quindi

deciso di non focalizzare troppo l'attenzione su questi aspetti tecnici e di lasciare la questione della veridicità sospesa.
Il valore intrinseco che questo studio possiede è maggiore e indipendente rispetto alla possibilità di appoggiarsi a dati certi, le riflessioni e le problematiche che Peterson mette in campo sono molto più significative e vaste, proprio per questo motivo ho dedicato l'ultimo capitolo a un'analisi filosofica e sociologica della questione.
Per inquadrare in maniera più ampia e completa la teoria del consumatore onnivoro nel terzo e ultimo capitolo ho quindi delineato alcune rilevanti posizioni per quanto riguarda il rifiuto del consumismo contemporaneo, ricorrendo alle teorie di George Simmel, Walter Benjamin, e Zygmunt Bauman.
Le teorie di questi studiosi si possono associare a una sorta di pessimismo che ha accompagnato pari passo l'ascesa del mondo tecnologico e che, conseguentemente, potrebbe portare a una visione offuscata e prevenuta nei confronti della teoria onnivora.
Esiste una sorta di scetticismo nei confronti dell'onnivorismo poiché indubbiamente esso è frutto della tecnologia contemporanea, internet e *computer* alimentano lo scambio che sta alla base di questa tendenza, e questa si accompagna ad aspetti negativi come ad esempio l'odierno bombardamento mediatico.
Certamente il limite fra l'onnivorismo e il consumare ogni cosa è sottile, ma Peterson l'ha sempre rimarcato: il consumatore onnivoro, anche se pratica una dieta molto ampia, non consuma mai in modo indiscriminato ma è sempre presente una selezione.
L' *highbrows,* difatti, usufruisce unicamente di ciò che gli è utile per mantenere la propria elevata posizione sociale, un consumo indiscriminato non sarebbe produttivo e quindi non viene perseguito.
Per fare un esempio, sempre restando in ambito musicale, il genere *Heavy Metal* provoca disgusto in quasi tutti i casi di onnivorismo analizzati, si ipotizza infatti che questo particolare *sound* non generi un grande vantaggio a livello di conoscenze aggiunte.
Nonostante questo continuo marcamento della diversità fra onnivorismo e voracità da parte di Peterson i pregiudizi sono ancora numerosi, ho quindi indagato la base teorica soggiacente a questa particolare convinzione.
Da George Simmel ho ripreso la teoria dell'individuo *blasé* in quanto presenta delle similitudini con la figura del consumatore onnivoro.

Ciò che accomuna queste due tendenze è l'ambiente metropolitano che, sia gli individui *blasé* che i consumatori onnivori abitano, ma si differenziano per un diverso atteggiamento nei confronti delle regole imposte dalle città.
Walter Benjamin è stato un importante punto di riferimento per sottolineare nuovamente la differenza che intercorre fra un consumo vorace e accumulativo e quello vasto ma pesato dell'intellettuale onnivoro. Per rimarcare il concetto mi sono avvalsa della teoria della perdita dell'aura: secondo Benjamin un consumo inappropriato e esteso di un'opera d'arte porterebbe alla sua parziale svalutazione mentre, per il consumatore onnivoro, la tecnologia e la conseguente possibilità di creare infinite copie è uno strumento essenziale per poter fruire di una vasta gamma di risorse culturali.
Il terzo e ultimo esponente sociologico ripreso come punto di riferimento per rinforzare le mie argomentazioni sull'onnivorismo culturale è Zygmunt Bauman, dal quale ho ritrovato importanti connessioni con la teoria bourdieuiana poiché entrambi hanno colto la capacità dei consumi individuali di consolidare gerarchie sociali e soprattutto distinzioni di classe.
In Bauman ritroviamo nuovamente il contrasto nei confronti della tecnologia in generale, questa è vista proprio come un pericolo insito nella società, e sotto tale luce anche la teoria onnivora potrebbe risultare il frutto di un assoggettamento dell'agente sociale da parte ai media.
L'ultimo riferimento a John Dewey è teso a evidenziare un diverso atteggiamenti nei confronti non solo del consumo ma anche del rapporto fra individuo e società.
Ciò che ho voluto cogliere da Dewey è il concetto di abitudini, o *abiti*, in quanto essi servono a comprendere la natura delle azioni azioni umane, da quelle più complesse a quelle più istintive, perciò anche l'onnivorismo si può spiegare grazie a questi.
Il testo deweyano, inoltre, contribuisce a rispondere a una delle domande che mi sono posta all'inizio di questo percorso: l'onnivorismo culturale è destinato a chiunque? Come avevo anticipato nelle righe precedenti la risposta è “no”.
L' onnivorismo può essere visto come un abito -o come un *habitus*- volto a indirizzare gli individui verso una dieta culturale vasta, mentre questa spinta non è stata suggerita dagli abiti di coloro che appartengono ai ceti sociali più bassi.
Dal naturalismo culturale deweyano si può cogliere un secondo aspetto, e cioè che la tendenza onnivora dipende anche dall'ambiente circostante: gli *higbrows* hanno accolto

certi aspetti della metropoli mentre i non intellettuali sono più succubi di altri aspetti della modernità e si sono quindi limitati a restare ancorati ai tradizionali canali culturali loro associati.
Ci si pone quindi una domanda: com'è possibile garantire a tutte le fasce della popolazione -o quasi- la possibilità di accedere a una proposta culturale più estesa, e soprattutto varia, affinché la tanto auspicata democratizzazione diventi effettiva?
Volendo fare un bilancio conclusivo sul lavoro svolto diremmo che i nuovi orizzonti individuati da Peterson non contraddicono la teoria distintiva bourdieuiana poiché entrambe si basano sul medesimo principio: siano essi *snob* o onnivori l'obbiettivo finale è quello di mantenere una posizione dominante nella scala gerarchica sociale.
Alla luce di quanto detto sin ora ci si potrebbe domandare il perché fare una tesi del genere per una laurea magistrale in economia e gestione delle arti.
Questo contributo nello svelamento dei gusti e consumi contemporanei non può essere né ignorato né relegato al puro ambito teorico.
Una corretta interpretazione dell'onnivorismo può portare a una mirata soddisfazione delle esigenze dei consumatori e, conseguentemente, a una migliore gestione delle relazione con i destinatari finali dell'*output* culturale.
In base a quanto detto su univori e onnivori è possibile rivisitare le attuali proposte culturali evitando programmi incongrui rispetto alle esigenze dei consumatori e inavvicinabili rispetto all'ambiente in cui sono stati inseriti.
Concludendo la teoria petersoniana non è stata completamente comprovata, e forse il prossimo futuro ne vedrà il declino, ma indubbiamente una riflessione su questa nuova figura di un consumatore trasversale e non legato ai canali tradizionali costituisce un fertile terreno su cui lavorare sia in ambito teorico che a livello pratico.

1. DA DOVE NASCE IL CONSUMATORE ONNIVORO?
I PRINCIPI DELL'ANALISI DEL GUSTO: BOURDIEU E KANT

1.1 Intento programmatico

Il primo capitolo è volto alla descrizione dei punti cardine della teoria distintiva bourdieuiana, un *incipit* necessario per poter affrontare al meglio un confronto dialettico con le più recenti tendenze sociologiche, in particolare con la teoria dell'onnivoro culturale di Richard Peterson.
Il presente elaborato ha l'intento di presentare un riassunto dei punti cruciali del pensiero sociologico di Pierre Bourdieu, con lo scopo di poterne avere un quadro generale prima di addentrarsi nel vivo della problematica petersoniana.
I due studiosi, infatti, nonostante la distanza cronologica, geografica e culturale, hanno formulato teorie, all'apparenza contrastanti, ma in realtà in grado di rapportarsi in un costante e proficuo dialogo, completandosi l'una con l'altra.
Bourdieu, ne *La Distinzione,* offre una prima forma di analisi di una tematica tutt'oggi oggetto di studio e di dibattito nell'ambito sociologico: il gusto, o meglio dei gusti, in quanto generatori dell'ordine sociale.
Il sociologo si pone quale imprescindibile punto di riferimento per quanto riguarda la suddetta tematica, grazie alla sua concezione dello spazio sociale e per l'idea secondo cui la dominazione in questo presente sia determinata dai gusti individuali, e comunitari, degli agenti in esso situati.
A ogni preferenza individuale corrisponde una posizione sociale comunemente riconosciuta, un gradino nella scala gerarchica in grado di definire l'individuo sin dalla prima infanzia; eventuali spostamenti sono sì contemplati, ma di difficile attuazione e comunque relegati all'*habitus* individuale.
Particolare attenzione è stata data ai gusti artistico-culturali, i quali vengono considerati dal sociologo francese come più connotanti e influenti nella distinzione, sia singolare che collettiva.

Questa solida linea di pensiero è stata però di recente messa in discussione da studi effettuati oltreoceano i quali, tramite una copiosa serie di dati empirici, scalfiscono questo presunto nesso fra gusti e classi sociali.
La ricerca statunitense, focalizzandosi anch'essa sull'analisi dell'ambito artistico, ha realizzato una nuova mappatura dei gusti musicali, dalla quale è emerso un risultato inaspettato: le preferenze delle classi dominanti non sono più relegate ai soli generi tradizionali, ma si sono ampliate sino a coprire tutto lo spettro della cultura sonora.
Considerando queste scoperte e il contemporaneo panorama sociale, così ricco e multiforme, ci si chiede se sia ancora possibile fare riferimento alle teorie bourdieuiane, oppure divenga necessaria una revisione più o meno radicale.
Prima di dare una risposta a questo quesito diviene, quindi, necessario un inquadramento delle teorie sovracitate, a partire da quella bourdieuiana.

1.2 Ritratto di un sociologo

Pierre Bourdieu è sicuramente uno degli autori coevi più discussi sulla scena sociologica contemporanea cosa abbastanza rilevante se si considera che sono passati molti anni, e molte correnti di pensiero, da quando le sue teorie hanno visto la pubblicazione.
L'Autore nacque nel 1930 e la sua predisposizione agli studi fu precoce e premonitrice del grande futuro che lo avrebbe atteso nel campo degli studi sociali.
Già dal 1964 divenne direttore dell' *Ecole des hautes ètudes* e nel 1981 gli fu data la cattedra di Sociologia nel luogo dove si era precedentemente formato come filosofo: al *Collège de France*.
Nel 1970 istituì e diresse il centro di ricerca il *Centre de Sociologie Europèenne*, e poco più tardi fondò le riviste *Actes de la recherche en sciences sociales* e *Liber*.
Bourdieu fu particolarmente acclamato sia dal pubblico che dalla critica come dimostra lo straordinario record di vendite di molti dei suoi testi.
Nel 1993 vinse la medaglia d'oro del CNRS e nel 1966 venne proclamato dottore honoris causa all'Università Johann Wolfgang Goethe di Francoforte.

Nell'ultimo decennio la sua opera è stata soggetta a svariati saggi critici che l'hanno affrontata sia nella sua totalità che nelle particolarità dei singoli ambiti.
Tanti riconoscimenti, però, non possono che essere accompagnati da svariate contestazioni; difatti Bourdieu è stato criticato aspramente molte volte, in patria e non solo.
Indubbiamente la sua opera non è facilmente assimilabile, innanzitutto a causa del primo impatto che genera il suo particolare procedimento di scrittura.
Quest'ultima, infatti, non è affatto sobria, ma è caratterizzata da densi periodi ricercati e da continui rimandi che scoraggiano una lettura superficiale.
Fin dai primi lavori, come ad esempio *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, egli dichiara:

> [...] Il resoconto della ricerca non è presentato nel linguaggio al quale ci hanno abituato molti sociologi, specialmente americani, e che deve la sua apparente universalità all'indeterminatezza di un lessico impreciso e non ben distinto dall'uso corrente [...][2].

E' importante sottolineare questo aspetto poiché Bourdieu concepiva questo tipo di scrittura come una dimensione essenziale del suo lavoro teorico.
I suoi testi però non sono da considerarsi solo come voluminosi trattati teorici, essi vantano un poderoso e pratico lavoro di ricerca sul campo che gli garantisce solide basi di partenza.
Questo punto verrà da me approfondita in un paragrafo successivo.
Un secondo aspetto che rende difficilmente padroneggiabile il patrimonio lasciatoci da Bourdieu è la grande mole dei suoi scritti.
La sua intera bibliografia, infatti, conta oltre trecentocinquanta pubblicazioni a cui bisogna poi aggiungere i numerosi articoli presentati nella sue riviste.
Non può che stupire la vastità e l'eterogeneità dei temi trattati: dalla politica alla fotografia, passando per la critica femminista.

---

2 P. Bourdieu, *Ragioni Pratiche*, Il Mulino, Bologna 1995, p. 14.

Bourdieu propone un'ampia quantità di argomenti, i quali spesso rischiano di intersecarsi con tradizioni disciplinari solitamente considerate divergenti.
Va inoltre specificato che sono ben pochi gli studiosi che abbracciano la totalità dell'opera bourdieuiana, soprattutto in Italia dove ci sono ancora grosse lacune per quanto riguarda la traduzione di questi testi.
Tale varietà di tematiche però non mina il senso del suo lavoro poiché esso va colto nel suo desiderio di conoscenza e non nell'omogeneità degli argomenti dei testi.
Ciò che unifica il variegato scenario delle sue indagini e che motiva ogni singolo lavoro empirico e teorico è l'intento di elaborare una *scienza delle pratiche umane* attraverso la quale condurre una rigorosa *analisi critica del dominio*[3].
La fecondità e l'ampiezza del suo pensiero sono anche indice della sua volontà anticonformistica e ciò ci porta a riflettere sui difficili rapporti accademici e non, che Bourdieu ha sempre affrontato nel corso della sua carriera.
L'Autore, del resto, si è sempre battuto contro gli "oggetti legittimi" consacrati dall'accademia, dalla società e dalla politica.
Scrisse nel 1975 nella sua rivista:

> La gerarchia degli oggetti legittimi, legittimabili o indegni è una delle mediazioni attraverso le quali s'impone la censura specifica di un campo determinato che, nel caso di un campo la cui indipendenza rispetto alle richieste della classe dominante è mal affermata, può essere essa stessa la maschera di una censura puramente politica [...][4].

Fin dai primi anni della sua attività egli ha sempre occupato una posizione non convenzionale e non ha mai esercitato influenze ufficiali sulle istituzioni universitarie dei suoi tempi.

---

3 G. Paolucci, *Pierre Bourdieu: Strutturalismo costruttivista e sguardo relazionale,* in M. Ghisleni e W. Privitera, *Sociologie Contemporanee,* Utet, Torino 2009, p. 73.
4 P. Bourdieu, *Le fétichisme de la langue*, in *Actes de la recherche en sciences sociales,* vol. 4, Parigi 1975, p. 28.

Le varie forme di censura scolastica degli anni '60-'70, nei confronti delle tematiche "modeste" che il sociologo trattava, indubbiamente appaiono -e apparivano- come connotate politicamente: l'osservazione diretta di pratiche quotidiane e basilari, come ad esempio l'alimentazione e l'abbigliamento della classe operaia, era considerata da Bourdieu come un interessante e concreto oggetto di studio, ma era vista dai più come uno schieramento politico-ideologico tendenzialmente di sinistra.
Queste indagini non convenzionali rispetto alla scuola e al pensiero del tempo hanno fatto pensare che il vero scopo del lavoro bourdieuiano non fosse basato su un reale interesse per gli aspetti più semplici e concreti della quotidianità, bensì su una critica politica alla classe dirigente dell'epoca.
Questa considerazione, del resto, non è completamente erronea ma ciò non lo si deve interamente alla volontà di Bourdieu ma anche alle caratteristiche intrinseche della tematica da lui affrontata; la quale difficilmente può non avere implicazioni o connotazioni politiche.
Negli anni centrali della sua carriera Bourdieu è stato visto come un autore controverso a causa delle sue radicali prese di posizione su questioni politiche e sociali di estrema attualità.
La volontà del sociologo di scoprire i meccanismi che regolano le relazioni, che intercorrono tra le classi dominanti e le dominate, sono state lette da molti come una volontà di denuncia e questo, ovviamente, risultava scomodo.
In un capitolo de *La distinzione*, kantianamente intitolato "Una conoscenza senza concetto", Bourdieu enuncia quasi *en passant* l'ambizione fondamentale della sua ricerca e cioè quella di descrivere i meccanismi e i processi con cui "l'ordine sociale s'iscrive progressivamente nei cervelli"[5].
Egli era perfettamente cosciente della sua situazione, a riguardo è interessante l'intervista tratta dal programma televisivo *A' voix nue* del 1987 :

> Oppure cerco di esercitare l'effetto specifico della sociologia, nel senso che cerco di mettere i miei ascoltatori in una situazione di autoanalisi, sapendo così di espormi a divenire il capro espiatorio del mio uditorio.

5 M. D' Eramo, *Ricordo di Pierre Bourdieu*, in *Lo Straniero,* n.22, Roma 2002.

> Malgrado ciò io penso che la verità sociologica abbia una valenza tale da ferire; essa fa soffrire e , nello stesso tempo, le persone si liberano di questa sofferenza rispedendola su colui che ne è l'apparente causa[6].

Bourdieu attuò queste rotture non tanto per negare o sottovalutare le teorie allora conosciute, quanto per generare un rinnovamento in seno alla sociologia.
Proseguendo con il nostro discorso, che mira a valutare l'impatto dei più recenti studi sociologici nel campo del gusto sulle teorie della distinzione sociale enunciate da Bourdieu, e andando oltre queste limitate difficoltà iniziali; ci troveremo di fronte ad un testo non solo di capitale importanza, ma anche estremamente contemporaneo in molte sue intuizioni. Per comprendere pienamente il pensiero sociologico di Bourdieu diviene a questo punto necessario un inquadramento del suo percorso nel contesto storico della Francia degli anni '50-'60.
Alla fine della seconda guerra mondiale la cultura francese ha vissuto un momento ricco di fermenti; nel campo filosofico una nuova generazione di studiosi si distaccò dalla precedente cultura accademica tradizionale neo kantiana, riprendendo invece la filosofia tedesca contemporanea e gli studi su Hegel.
I filosofi tedeschi maggiormente studiati erano Heidegger e Husserl, ci si appellava in particolare a quest'ultimo e alla sua concezione fenomenologica; lo stesso Bourdieu realizzerà la tesi di dottorato sulla filosofia husserliana.
Lo spazio sociale in cui Bourdieu si è collocato e ha operato era dominato, innanzitutto, dall'esistenzialismo di Jean Paul Sarte, vi erano poi correnti filosofiche francesi: si pensi alla fenomenologia di Merlau-Ponty, oltre all'esistenzialismo di Sartre, lo strutturalismo di Saussure e Lévi-Strauss e la filosofia della scienza di Bachelard[7].
Gaston Bachelard, in particolare, ha dato un contributo decisivo a questo scenario intellettuale soprattutto con il suo testo *Le Nouvel Esprit scientifique*.
Non è estranea al clima intellettuale dell'epoca la discussione sull'opera di Marx, che s'impone alla cultura filosofica francese con un'ampiezza sconosciuta in passato[8].

---

6 R. Chartier, *Il sociologo e lo storico. Dialogo sull'uomo e la società*, Dedalo, Bari 2011, p. 39.
7 G. Marsiglia, *Pierre Bourdieu.Una teoria del mondo sociale,* CEDAM, Padova 2002, p. 17.
8 G. Paolucci, *Introduzione a Bourdieu*, Laterza, Bari 2011, p. 10.

Bourdieu si rapporta all'opera di Karl Marx in modo ambivalente, spesso se ne distanzia; del resto il marxismo nella Francia del 1950 era legato a doppio filo con lo stalinismo.
Un altro aspetto da tenere in considerazione per avere un quadro completo della Francia bourdieuiana è la situazione della sociologia, nei cui confronti vi era un puntuale e diffuso discredito.
La sociologia accademica era dominata da un lato da professori che si dedicavano prevalentemente all'analisi delle opere dei padri fondatori, e dall'altro dalla divisione della disciplina in specializzazioni, come la sociologia dell'educazione, la sociologia della religione, etc.
Bourdieu, d'altro canto, rifiuta la spartizione secondo gli oggetti, che delimita a priori, arbitrariamente, la definizione delle unità d'analisi, e rifiuta anche le barriere disciplinari tra sociologia e le altre scienze sociali[9].
Bourdieu impone alla sociologia il compito di svelare le strutture di dominio sociali apparentemente invisibili; il suo contributo più importante infatti, sarà applicato all'ambito delle teorie sul condizionamento sociale.
Inoltre una tendenza presente in tutta Europa, e decisamente poco amata da Bourdieu, è quella derivata dalla forte presenza di studi sociologici americani.
Tutte le correnti sopracitate hanno avuto un peso limitato nella formazione del giovane Bourdieu, alle quali però va sempre aggiunta la base imprescindibile per chiunque si voglia accostare alla filosofia: Kant.
Bourdieu attuò inoltre numerose e radicali rotture con il clima intellettuale dell'epoca: con la filosofa accademica e con l'esistenzialismo sartriano, con la sociologia positivista e individualista dell'epoca, e poi, in modo meno lineare con lo strutturalismo[10].
Il futuro sociologo non dichiarò mai particolari debiti nei confronti di queste tradizioni filosofiche, egli piuttosto ne denuncerà i limiti nella sua "autobiografia" *Esquisse pour une auto-analyse.*
Bourdieu col tempo si distaccherà sia dall'esistenzialismo che dallo strutturalismo e troverà la sua strada attraverso una rielaborazione critica e decisamente personale delle varie suggestioni sopraddette.

9 G. Paolucci, *Introduzione a Bourdieu...,* p. 23.
10 G. Paolucci, *Introduzione a Bourdieu...,* p. 3.

1.3 Il pensiero sociologico

In questo eterogeneo contesto appena delineato si inserisce dunque la figura di Pierre Bourdieu e il suo percorso accademico e formativo decisamente non tradizionale.
L'avvenimento che maggiormente lo ha caratterizzato e lo ha differenziato all'interno di questo spazio, e che oltretutto ha segnato un punto di svolta nel suo percorso, è stato senza dubbio il passaggio dalla filosofia alla sociologia.
Come è stato precedentemente detto, Bourdieu ha iniziato i suoi studi nell'ambito filosofico, per poi divenire prima antropologo sociale e, infine, sociologo.
Volendo fare un breve tracciato di questo percorso evolutivo diremmo che l'approccio di Bourdieu alla sociologia è stato progressivo ed è maturato a partire dalla sua esperienza in Algeria.
Egli partecipò alla guerra in Algeria come soldato semplice, per sua esplicita scelta, e lì vi rimase dal 1955 al 1960.
In questo arco di tempo il sociologo si dedicò allo studio della struttura sociale e alla storia dei Cabili; da questa esperienza Bourdieu trasse importanti volumi come *Sociologie de l'Algérie, Travail et travailleurs en Algérie* e *Le Déracinement, Equisse d'une théorie de la pratique*.
La novità più rilevante di questa vicenda è stata indubbiamente l'avvicinamento all'antropologia strutturale, al lavoro di osservazione diretta sul campo e all'analisi empirica che diverrà indispensabile per la sua riflessione futura.
Egli prese l'abitudine di combinare le tecniche di rilevazione dell'etnologia con quelle dell'inchiesta sociologica, senza dimenticare l'analisi fenomenologica[11].
Bourdieu però, non si limitò ad appropriarsi dei "metodi" appartenenti a questa disciplina, ma si confrontò con l'intera eredità dei grandi padri della sociologia, con Max Weber ed Émile Durkheim.
Bourdieu abbandonò quindi una disciplina allora prestigiosa come la filosofia per seguire i suoi obiettivi conoscitivi, a riprova del fatto che il suo intento non era quello di essere acclamato dagli accademici.
L'approccio bourdieuiano si lega con la sua personale concezione di sociologia, per cui essa non è definibile come tale se si limita a un lavoro puramente teorico, separato

11 *Ibidem.*

dall'azione di ricerca.
Tutta l'opera bourdieuiana affonda le sue radici in ricerche e analisi sul campo con lo scopo di ricostruire le logiche che stanno alla base di ogni società stratificata.
Sotto il profilo metodologico, le ricerche di Bourdieu hanno la peculiare caratteristica di combinare insieme le tecniche statistiche con l'osservazione diretta e l'interpretazione dell'interazione, del discorso e del documento[12].
Sarebbe sbagliato pensare che per Bourdieu la sociologia si esaurisca nel semplice obiettivo conoscitivo dal momento in cui essa adotta un metodo razionale; al contempo lo studioso deve attuare un'oggettivazione teorica nei confronti della pratica e non aderire ingenuamente alla realtà, ma questo cosa significa?
Innanzitutto Bourdieu sottolinea la propria distanza da tutte le forme di soggettivismo, che spiegano la realtà come prodotto dell'interazione di volontà individuali, considerate come principi ultimi, totalmente liberi e imprevedibili[13].
Ne *La Distinzione* il sociologo non attua una presa di posizione soggettivista e questo lo si nota *in primis* dalla sua concezione del gusto che, contrariamente ai principi di questa corrente di pensiero, non potrebbe essere più vincolato in quanto socialmente determinato e condizionato dalla classe di appartenenza di ogni individuo.
L'oggettivazione teorica sovracitata, invece, consiste nel visualizzare le preferenze degli agenti contestualizzandole in un sistema di pratiche e studiare le interazioni che avvengono in un ambiente socialmente definito.
Per attuare un oggettivazione teorica nei confronti della pratica diventa infatti necessario cogliere sia la connotazione degli ambienti sociali dove si svolgono le interazioni nel loro complesso, sia le caratteristiche dei comportamenti degli individui che lo abitano nel particolare.
Va tenuto presente che per Bourdieu la priorità spetta comunque all'aspetto oggettivistico, rispetto alla comprensione soggettivistica, proprio per la specificità del punto di vista sociologico[14].
Il sociologo trarrà, dal suo studio sulle relazioni delle pratiche, delle considerazioni sociali oggettive, cioè i principi che orientano i gusti e le attività degli individui.

12 G. Paolucci, *Pierre Bourdieu. Strutturalismo costruttivista e sguardo relazionale*, in M. Ghisleni e W. Privitera, *Sociologie Contemporanee,* Utet, Torino 2009, p. 78.
13 A. Boschetti, *La rivoluzione simbolica di Pierre Bourdieu*, Marsilio, Venezia 2003 p. 33.
14 G. Marsiglia, *Pierre Bourdieu...,* p. 52.

E' necessario considerare anche il fatto che Bourdieu era allora sotto l'influenza dello strutturalismo levi-straussiano, progressivamente abbandonato o meglio trasformato in quello che avrebbe in seguito chiamato “strutturalismo generico”- una forma di analisi strutturalista, e quindi *relazionale*, attenta ai processi temporali di costruzione e riproduzione delle strutture in quanto strutture incorporate nelle pratiche degli agenti sociali, attraverso un sistema di disposizioni interiorizzate che Bourdieu chiama *habitus*[15].
L'approccio bourdieuiano è rivoluzionario rispetto alla sociologia accademica allora in vigore, egli ha difatti elaborato personalmente strumenti come interviste, questionari e analisi statistiche puntando su un metodo più qualitativo e destinato a condizionare i futuri lavori condotti sul campo.
Queste ed altre riflessioni sull'oggettivazione della pratica confluiranno nel testo del 1980 *Le sens pratique.*

1.4 *La Distinzione*

La Distinction: Critique sociale du jugement è un volume significativo, che venne considerato dall'associazione Internazionale di Sociologia come il terzo testo sociologico più importante del XX secolo, preceduto solamente dal *Suicidio* di Durkheim e dall'*Etica protestante* di Weber.
Il libro fu pubblicato a Parigi nel 1979 ed ha avuto fin da subito un grandioso successo, superando infine le 100.000 copie vendute.
Per quanto riguarda la traduzione italiana sorprende il fatto che venne stampata già nel 1983, con un anno di anticipo rispetto all'edizione inglese.
Questo sarà il testo che farà conoscere Bourdieu in tutta Europa e non solo; ciò lo si può notare anche dalle numerose traduzioni in spagnolo, greco, ma anche in cirillico.
Tale immenso elaborato costituisce il punto di arrivo di numerose ricerche che Bourdieu aveva iniziato molti anni prima; mi riferisco, ad esempio, al saggio del 1966 *Champ intellectuel et projet crèateur*.

15 M. Santoro, *Introduzione*, in P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna 1983, p. XVII.

La Distinzione si aggancia anche alle precedenti ricerche bourdieuiane sul sistema scolastico e sulle pratiche culturali, inoltre certi temi verranno ripresi e rivisitati nel 1992 con il volume *Les règles de l'art;* anche se quest'ultimo si distanzierà leggermente dal nostro testo poiché analizzerà la produzione culturale anziché il consumo.
Questa summa di un quindicennio di ricerche sul campo ha come punto di partenza un'inchiesta condotta a Parigi e a Lille alla fine degli anni '60, il cui scopo era quello di esaminare le pratiche di consumo dei prodotti culturali nella società moderna.
Più precisamente Bourdieu ha condotto una prima inchiesta nel 1963 su 692 uomini e donne e ha poi eseguito una seconda sessione complementare nel 1967-8 con lo scopo di analizzare le variazioni delle risposte ai questionari e delle pratiche stesse.
Poiché i dati dei sondaggi erano decisamente stabili, Bourdieu ritenne che il breve scarto temporale non avrebbe influito sulla continuità del suo lavoro e adoperò i risultati di entrambe le inchieste
A causa di questa precisa collocazione storica e fisica dei dati su cui si fonda, *La Distinzione* viene spesso vista come ancorata al passato, ma questo testo ha un valore ben più ampio di un'etnografia della società francese e queste critiche sono per lo più frutto di una lettura superficiale.
Oltre ai questionari e ai relativi dati statistici Bourdieu inserisce, nelle 700 pagine che compongono il testo, altri elementi come diagrammi, quadri esemplificativi, interviste e di articoli di quotidiani dell'epoca.
Bisogna però sottolineare che i prodotti culturali di cui parla Bourdieu non sono solo quelli solitamente definiti “legittimi”, come potrebbe essere la musica classica o la scultura, ma egli comprende anche pratiche normalmente considerate meno elevate come l' abbigliamento, l'arredamento fino ad arrivare ai gusti alimentari.
E' evidente che con questa espansione del campo dei beni culturali Bourdieu si propone di guardare da un nuovo e moderno punto di vista ogni aspetto che contribuisce a definire l'identità degli agenti sociali.
Ampliare il campo d'indagine significa svelare i dispositivi che generano le classificazioni in maniera più dettagliata e completa, poiché esse non si basano solamente su pochi elementi legittimi, ma su un ben più ampio bagaglio speculativo.
Le ordinarie attività di consumo confluiscono nella cultura propriamente detta e iniziano a essere considerate come indici in cui si ritrovano procedimenti di

identificazione e di differenziazione culturale.
Questo ampliamento deriva da una diversa visione di cultura, intesa da Bourdieu come un sistema di pratiche di consumo che generano un certo stile di vita e, conseguentemente, una certa "distinzione".
Ogni tipo di consumo distingue quindi degli stili di vita, in un sistema dove a dominare sono le differenze.
Bourdieu assume una posizione esplicita per quanto riguarda l'interpretazione della parola distinzione, ne è un esempio questo suo brano tratto dal già citato testo *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*:

> Ciò che chiamano comunemente distinzione, ossia una certa qualità, di solito ritenuta innata (si parla di "distinzione naturale"), del comportamento e dei modi, in realtà è differenza, scarto, tratto distintivo, insomma proprietà relazionale che esiste solo all'interno di una relazione con altre proprietà e grazie ad essa[16].

La distinzione non è affatto un atteggiamento messo in atto consapevolmente e volutamente dal soggetto che agisce; essa non è un atto ponderato ma è legata all'esistenza stessa dell'individuo.
Il semplice fatto di esistere implica il distinguersi: non serve attuare certi comportamenti per connotarci socialmente poiché tutti noi ci differenziamo già vivendo.
Bourdieu analizza con molta attenzione i modi in cui la distinzione opera; secondo la sua tesi i consumi diventano significativi a livello sociale solamente nel momento in cui essi sono riconosciuti dagli altri attori sociali in gioco.
I nostri gusti hanno quindi una forte valenza simbolica e ciò fa sì che un certo gruppo sociale sia più forte di altri perché viene riconosciuto come tale sulla base delle pratiche che esercita.

16 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche...*, p. 18.

Per fare un esempio, esercitare un certo tipo di preferenza in fatto di sport o bere un certo tipo di vino, dal punto di vista sociale, è uno degli svariati modi per attestare la propria posizione di dominante o dominato.
E' la differenza tra i vari atteggiamenti che li rende significativi e tutto, dal punto di vista sociale, è significante.
Bourdieu dimostra come tutti i "bisogni culturali" -pratiche come leggere, visitare un museo e preferenze per un genere, un'opera o un autore invece di un altro- sono strettamente connessi all'istruzione e all'origine sociale[17].
Il consumo dei prodotti artistici, e più in generale il consumo dei prodotti culturali, ha quindi molteplici implicazioni: è significante, è connesso con la classe sociale di provenienza e contribuisce in larga misura alle lotte per il potere delle componenti dominanti.
In seguito ad una profonda riflessione sui dei dati ottenuti dai questionari, Bourdieu realizzerà una mappatura dello spazio sociale e metterà in gioco concetti fondamentali come campo, capitale e, soprattutto *habitus*.

1.5 Critica sociale del gusto o critica del giudizio?

Prima di proseguire nell'analisi del testo bourdieuiano facciamo un passo indietro e osserviamo il sottotitolo della *Distinzione: Critica sociale del gusto*.
Bourdieu richiama esplicitamente Kant e, in particolare, il celebre testo *Critica del giudizio* (o *Critica della capacità del giudizio*).
Non è qui il caso di tentare di riassumere i tratti generali della filosofia kantiana, mi limiterò quindi a richiamare alcune sue idee chiave con lo scopo di comprendere meglio Bourdieu stesso.
Abbiamo visto come Bourdieu ritenga che i nostri consumi siano intrinsecamente collegati tra di loro: per esempio la preferenza per il teatro d'opera è strettamente legata con quella di un certo tipo di alimentazione.

17 M. Santoro, *Introduzione* …, p. XI.

Questo punto di vista è indubbiamente opposto a quello dell'analisi kantiana sulla capacità di giudizio e Bourdieu, nel decimo capitolo de *La Distinzione,* denominato *Post scriptum: elementi per una critica "volgare" delle critiche "pure",* dichiarerà il suo netto distacco nei confronti di quella che definisce come "l'estetica colta".

> L'estetica colta si costituisce fondamentalmente in contrapposizione a tutto ciò che possiamo aver appurato con questa ricerca: cioè, in contrapposizione all'indivisibilità del gusto, all'unità tra i gusti più "puri" e più depurati, più sublimi e più sublimati, ed i gusti più "impuri" e più "grossolani", più ordinari e più rozzi[18].

Kant, in realtà, non vuole stabilire cosa è bello e cosa non lo è, ma delinea le condizioni che determinano la nostra capacità di distinguere il bello.
Quali sono dunque le caratteristiche che distanziano Bourdieu da Kant?
Cosa intende l'uno e cosa intende l'altro quando parlano di gusto?
Il concetto di giudizio di gusto puro kantiano si trova nella *Critica del giudizio*, opera del 1790, e si collega ad altri due testi fondamentali cioè la *Critica della ragion pura* e la *Critica della ragion pratica.*
Kant, fin dalle prime righe del suo testo, definisce il gusto come "la facoltà di giudicare il bello[19]", prosegue quindi con una dettagliata spiegazione del connesso giudizio.
Il giudizio di gusto puro presenta tre caratteristiche distintive:
è universalizzabile, non è di tipo conoscitivo ed è estetico.
Quando un qualsiasi individuo si trova nella condizione di dover elaborare un giudizio di gusto, secondo Kant, il suo atteggiamento dovrebbe innanzitutto essere indifferente nei confronti dell'oggetto giudicato.
Il soggetto deve prescindere nella maniera più assoluta sia da un interesse per l'esistenza dell'oggetto sia dai condizionamenti derivanti dai suoi interessi privati, non deve desiderare il possesso dell'oggetto, ne vedere in esso un simbolo religioso o politico.

18 P. Bourdieu, *La distinzione...,* p. 491.
19 I. Kant, *Critica della capacità di giudizio*, BUR, Milano 1995, p. 75.

Evidentemente solo un individuo libero e non schiavo dei propri interessi materiali potrà formulare dei giudizi di gusto puri.
Ogni giudizio che non prescinde dall'interesse per l'oggetto giudicato, ma che poggia su istinti sensoriali, viene definito da Kant come "gradevole" o come giudizio empirico.
Facendo un esempio banale, un singolo non potrà dare un giudizio di gusto puro su un abito in vetrina che vuole comperare, poiché la sua considerazione è ostacolata dal proprio interesse.
In questo caso dire *"l'abito è bello"* non è un giudizio di gusto puro perché il mio interesse nei confronti dell'oggetto ha una componente pratica e soggettiva non ignorabile. Questo giudizio relativo a un capo d'abbigliamento è fondato sulla conoscenza dell'oggetto "abito", e su un interesse nei suoi confronti, pertanto non potrà che essere empirico.
In questo esempio la dimensione personale è molto forte, indi per cui il soggetto non potrà pretendere che il suo parere sia condiviso senza riserve da altri.
Kant ci propone l'esempio del fiore per meglio comprendere come formulare un giudizio di gusto puro o di tipo riflettente.
Dire "*il fiore mi piace*" non vuol dire dare un giudizio, ma solamente esprimere una percezione sensibile.
Il bello va oltre il gradevole e il sensorio e si avvicina a una dimensione trascendentale rispetto agli interessi dei soggetti empirici.
Diversamente, quando un soggetto afferma che "*il fiore è bello*" esso si accinge a un'universalità che è assoluta e non legata al fiore in quanto tale.
Kant sostiene che, nel momento in cui il soggetto si accinge a dare un giudizio in condizione di completa indifferenza nei confronti dell'oggetto, si viene a innescare un sentimento di piacere o dispiacere in chi giudica, grazie alla disposizione armonica di immaginazione e intelletto. L'oggetto di un tale compiacimento si chiama bello[20].
Il fatto che Kant si basi sul sentire del soggetto giudicante potrebbe indurci a credere che il giudizio di gusto puro sia individuale, ma non è affatto così.
Il giudizio di gusto puro non è privatistico, ha piuttosto un punto di partenza che si potrebbe definire soggettivo poiché si basa appunto sulla disposizione interiore del soggetto.

20 I. Kant, *Critica della capacità di giudizio...*, p. 91.

Questo però è solo un primo momento del ragionamento kantiano poiché, successivamente, subentra il concetto di universalità.
Il giudizio di gusto puro può essere considerato dal soggetto che l'ha formulato come valido anche per tutti gli altri agenti giudicanti che si trovano nella medesima condizione di disinteresse nei confronti dell'oggetto giudicato.
In questo senso l'atto si può definire soggettivo ma non strettamente personale; per Kant, quindi, il gusto crea una sorta di legame tra l'individuo e la collettività.
Il filosofo dedicherà molte pagine alla spiegazione di questo concetto portante:

> Il compiacimento non si fonda su una qualche inclinazione del soggetto (né su qualche altro interesse derivante dalla riflessione), ma poiché colui che giudica si sente completamente libero riguardo al compiacimento che dedica all'oggetto […] di conseguenza egli deve credere di avere un motivo per aspettarsi da ciascuno un simile compiacimento. Egli parlerà dunque del bello come se la bellezza fosse una costituzione dell'oggetto [...][21].

Kant sostiene dunque una tesi molto importante e cioè che il soggetto giudicante è legittimato a pretendere l'universalità nel momento in cui il suo compiacimento è sia senza scopo che disinteressato.
Questa prescrizione del compiacimento disinteressato sarà uno dei punti chiave della critica che Bourdieu muoverà alla filosofia kantiana poiché egli ritiene che questo tipo di disinteresse non sia possibile nell'essere umano.
Bourdieu scardinerà il trascendentalismo kantiano attraverso il suo metodo empirico.
Nella sua speculazione filosofica Kant caratterizza ulteriormente il giudizio di gusto, definendolo "non conoscitivo" poiché non dà alcun concreto arricchimento al nostro sapere effettivo. Ricollegandoci con il precedente esempio naturale, il fiore non viene giudicato bello per averne una maggiore conoscenza ma per comunicare

21 I. Kant, *Critica della capacità di giudizio...*, p. 93.

universalmente il proprio sentimento di piacere disinteressato.
Il giudizio di gusto, quindi, ambisce ad un'unanimità di ricezione anche se non ha fondamenti cognitivi; in questo senso Kant definisce questo tipo di giudizio come contemplativo.
Infine il filosofo definisce il giudizio di gusto come estetico; è la predisposizione soggettiva interiore, di piacere o di dispiacere, a definire il giudizio di gusto come tale.
La cosa più importante da comprendere è quindi il fatto che questo accordo o disaccordo fra le facoltà non deriva dall'oggetto in sé, ma da come il soggetto sente sé stesso.
L'universalità non riguarda l'oggetto e non ha portata conoscitiva ma estetica.
Riprendendo il precedente esempio kantiano, quando diciamo che "*il fiore è bello*" diamo un giudizio estetico non basato sull'oggetto naturale in sé, ma sulla nostra personale disposizione nei suoi confronti.
Ne deriva che un qualsiasi individuo può affermare che "*il fiore è bello*" anche se non è un noto studioso di botanica, e persino se non ha alcuna nozione di questa materia.
E' il sentimento del piacere o del dispiacere percepito dal soggetto giudicante ad essere universale, ma questo viene percepito solo dagli agenti che manifestano un sincero disinteresse nei confronti dell'oggetto che stanno giudicando.
Secondo Kant, quindi, un qualsiasi soggetto indipendentemente dall'età, sesso, razza etc. (ovviamente con il vincolo di possedere un atteggiamento disinteressato come abbiamo già segnalato) può aspirare a formulare un giudizio universalmente valido anche in mancanza di una legge o di un principio a cui appoggiarsi.
Il soggetto non si appoggerà a principi oggettivi ma alla disposizione del proprio animo, nella convinzione che tutti provino la stessa cosa.
E' quindi necessario supporre che esista un sentimento comune: Kant parla di un "*sensus communis*", affermando che non è una certezza assoluta sulla quale possiamo affidarci.

> [...] se dunque il gusto sia una facoltà originaria e naturale oppure soltanto l'idea di una facoltà che è ancora da acquisire e artificiale […] di fatto sia soltanto una esigenza della ragione, di produrre una tale

> concordia del modo di sentire […] tutto ciò qui non vogliamo né possiamo ancora esaminare[22].

Il senso comune non è una certezza, bensì un'aspirazione, ognuno deve ambire a far sì che il suo personale sentire abbia validità collettiva.
Si potrebbe pensare che il *sensus comunis* sia innato poiché si basa su un sentire soggettivo ma non è così, noi dobbiamo formulare i nostri giudizi puntando sempre all'idea che il nostro giudizio dev'essere condivisibile da tutti.
E' proprio il *sensus comunis* a guidare la capacità di giudicare il bello in ogni individuo che ambisce a questo.
Concludo questa analisi del giudizio estetico kantiano con alcune osservazioni sul contesto storico che aiuteranno a capire a fondo le implicazioni di questa concezione del gusto.
Definire il giudizio di gusto come universale nel 1790, in una società in cui il buongusto era spesso associato ad una potenzialità innata piuttosto che acquisita, voleva dire tentare di rendere l'arte più accessibile e libera da vincoli elitari.
These viewpoints had a democratic potential significantly stronger than the traditional understanding of good taste as the exclusive property of the aristocracy[23].
Dopo anni di studi la concezione dell'universalità soggettiva kantiana venne letta in modo differente e oggi non rimanda più ad un'aspirazione collettiva, ma ad una visione connotata culturalmente e temporalmente.
In this way, the early modern conception of universality was itself not universal, but bound to a historically and socially specific bourgeois way of relating the self and the world[24]

22 I. Kant, *Critica della capacità di giudizio...*, pp. 156-157.
23 B. Eriksson, *On Common Tastes: Heterogeneity and Hierarchies in Contemporary Cultural Consumption*, in *The Nordic Journal of Aesthetics*, N. 36-37, 2008-2009, p. 38.
24 T. Eagleton, *The ideology of the Aesthetic*, Basil Blackwell, Oxford 1990, p. 45.

1.6 Questione di gusti

Riassumiamo ora le motivazioni per cui il modello bourdieuiano è volto, per molti aspetti, nella direzione opposta rispetto a quello kantiano.
Più precisamente la contrapposizione in atto si muove tra Bourdieu e la teoria kantiana in generale poiché, ne *La Critica del Giudizio* Kant non definisce mai i giudizi artistici come dei giudizi di gusto puri, questa è piuttosto una tendenza che si ritrova nella successiva scuola di pensiero denominata kantismo.
Bourdieu ambisce in primo luogo ad ampliare la concezione del gusto e, soprattutto, a dimostrare le grandi potenzialità che riserverebbe l'apertura e l'esercizio dei giudizi di gusto a una più vasta gamma di ambiti.
In secondo luogo egli si propone di arginare la concezione di giudizio universale disinteressato, il che implica anche una critica alla funzione trascendentale e universalizzante del giudizio.
Secondo il sociologo francese il giudizio di gusto non è né universale né totalmente disinteressato, ma è invece socialmente connotato e tutta la sua indagine sociologica è volta a dimostrarlo.
Sostiene Bourdieu in suo successivo lavoro dedicato alla fotografia:

> Mentre per cogliere nella sua purezza ciò che costituisce la specificità irriducibile del gusto estetico, Kant si preoccupava di distinguere "ciò che piace" da "ciò che è bello" e, più generalmente, di discernere "il disinteresse", unico garante della qualità propriamente estetica della contemplazione, dall' "interesse dei sensi" che definisce il piacevole […] i soggetti delle classi popolari attendono da ogni immagine che essa svolga esplicitamente una funzione […][25].

25 P. Bourdieu, *La fotografia. Usi e funzioni sociali di un'arte media*, Guaraldi, Rimini 2004, pp. 142-143.

Secondo la teoria bourdieuiana il disinteresse che caratterizza il giudizio di gusto puro kantiano viene esercitato solamente dai membri della classe borghese, ne deriva quindi che esso è applicabile solo alle preferenze estetiche dei ceti sociali più elevati.
Questa riflessione ha indubbiamente delle importanti connotazioni socio-politiche poiché implica una certa forma di interesse soggiacente alla concezione di giudizio presunto universale: i borghesi possono giudicare l'arte con distacco, e in maniera apparentemente disinteressata, perché la loro agiata condizione di vita glielo permette.
Se il giudizio di gusto è disinteressato solo per un gruppo specifico, non può essere né universale, né democratico, né, tanto meno, puro.
Molti critici videro questo particolare aspetto dell'opera bourdieuiana come una vera e propria lotta politica volta a svelare i segreti e artificiali meccanismi a cui la società deve involontariamente sottostare.
Cito, ad esempio, Marco Santoro nell'introduzione italiana de *La Distinzione*:

> […] un'analisi volta a rivelare, o meglio smascherare, in tutta la sua ampiezza il fondamento radicalmente sociale del giudizio estetico, dalle teorie pure dell'arte surrettiziamente negato e coperto con lo spesso manto dell'idea (in effetti una vera e propria ideologia) del dono naturale e della disposizione estetica innata, al di là di ogni considerazione sulle condizioni sociali della loro possibilità[26].

Essere borghesi significa quindi essere predisposi al disinteresse nei confronti di qualsiasi pratica e questo, secondo il sociologo, avviene perché i membri appartenenti a questa classe sono immersi fin dalla prima infanzia in un mondo dove la necessità non domina la quotidianità.
Applicare questo tipo di disinteresse ad ogni aspetto della vita delle classi più alte e non limitarlo al frangente artistico è un'idea innovatrice poiché le pratiche quotidiane non erano mai state considerate come così importanti indici di distinzione così importanti.

26 M. Santoro, *Introduzione*..., p. XIII

Secondo Bourdieu il disinteresse si applica anche alla scelta degli alimenti: i membri delle classi più basse sceglieranno cibi sostanziosi, quelli che "danno energia" mentre, queste considerazioni di carattere pratico,non toccano minimamente la scelta delle classi altolocate.
Questo discorso vale anche per l'arredamento, gli operai opteranno per un'abitazione pratica, mentre un dirigente guarderà piuttosto all'eleganza e alla comodità.
Secondo Bourdieu esiste una "formula generatrice di gusti e preferenze[27]" a cui i giovani borghesi vengono educati fin dalla nascita; questo schema si applica a ogni aspetto della vita del giovane, da che sorta di abito indossare la mattina a che tipologia di libro leggere la sera.
Sarebbe sbagliato pensare che siano solo i figli dei borghesi e delle classi altolocate a subire questa educazione, bisogna difatti considerare l'altra faccia della medaglia: il giovane figlio di un operaio subirà a sua volta una formazione anche se connotata in maniera completamente differente.
Più che di educazione si parla di sviluppare con una sorta di consapevolezza, una coscienza più o meno avvertita, della propria posizione all'interno della gerarchia sociale che implica cosa possiamo e cosa non possiamo fare.
Ogni pratica quotidiana è indice della propria posizione sociale ed è immaginabile come un tassello, una semplice cena ad esempio implica l'intrecciarsi di molti fattori come la qualità del cibo che mangiamo, con chi lo mangiamo, come siamo vestiti quando lo mangiamo, dove lo mangiamo etc.
Questi sono tutti elementi destinati ad inserirsi in un più ampio quadro che porta infine al completamento di uno stile di vita differenziato.
Bourdieu definisce la classe popolare come una fascia della popolazione che vive pensando costantemente alle cose più materiali della quotidianità, cosa che non avviene nelle classi più elevate per ovvi motivi legati alla maggiore disponibilità economica.
Il popolo è, kantianamente parlando, "oppresso" dai bisogni e non potrà mai essere disinteressato.
Bourdieu giunge persino a dire che questo atteggiamento è sì legato alle condizioni materiali di esistenza degli individui, ma può anche andare oltre.

27 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 92.

Il gusto popolare per il necessario è talmente radicato che non svanisce semplicemente quando viene a mancare l'urgenza del bisogno: ne *La Distinzione* è citato l'esempio di un neo milionario; egli ci metterà tutta la vita, e non è nemmeno detto che riesca, per cambiare e il proprio stile di vita e imparare a "spendere" perché non riuscirà ad adattarsi alla nuova concezione dei bisogni.
Il seguente passo è particolarmente esemplificativo per quanto riguarda questo tema complesso e stratificato:

> [...] l'atteggiamento di distanza […] è oggettivamente interiorizzato, può solo costituirsi in condizioni di esistenza relativamente libere dall'urgenza. Il fatto di essere sottoposti al bisogno che , come abbiamo visto, rende le classi popolari inclini ad un' "estetica" pragmatica e funzionalista, che rifiuta il futile ed il gratuito, proprio degli esercizi formali e di ogni genere di arte per l'arte, sta anche alla radice di tutte le scelte dell'esistenza quotidiana [...][28].

Se il giudizio di gusto comunemente definito "universale" o "legittimo" è di appannaggio esclusivo dei gruppi sociali dominati, si rendono evidenti due cose:
il giudizio di gusto non solo non è universale, come avevamo già detto, ma non è nemmeno innato, anzi deriva dalle nostre condizioni materiali di esistenza.
Il disinteresse non viene compreso dalle altre classi non perché ad essi manca una predisposizione innata a certi gusti, quanto perché i giudizi nascono a partire da un certo contesto sociale.
Non è quindi possibile condividere i giudizi sui gusti definiti "legittimi" se non si è stati educati e predisposti ad essi.
In questo senso continuare a perpetuare dei gusti specifici e definirli legittimi o innati, nonostante essi siano in realtà fortemente connotati socialmente, significa quantomeno voler imporre una logica di dominio.

28 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 388.

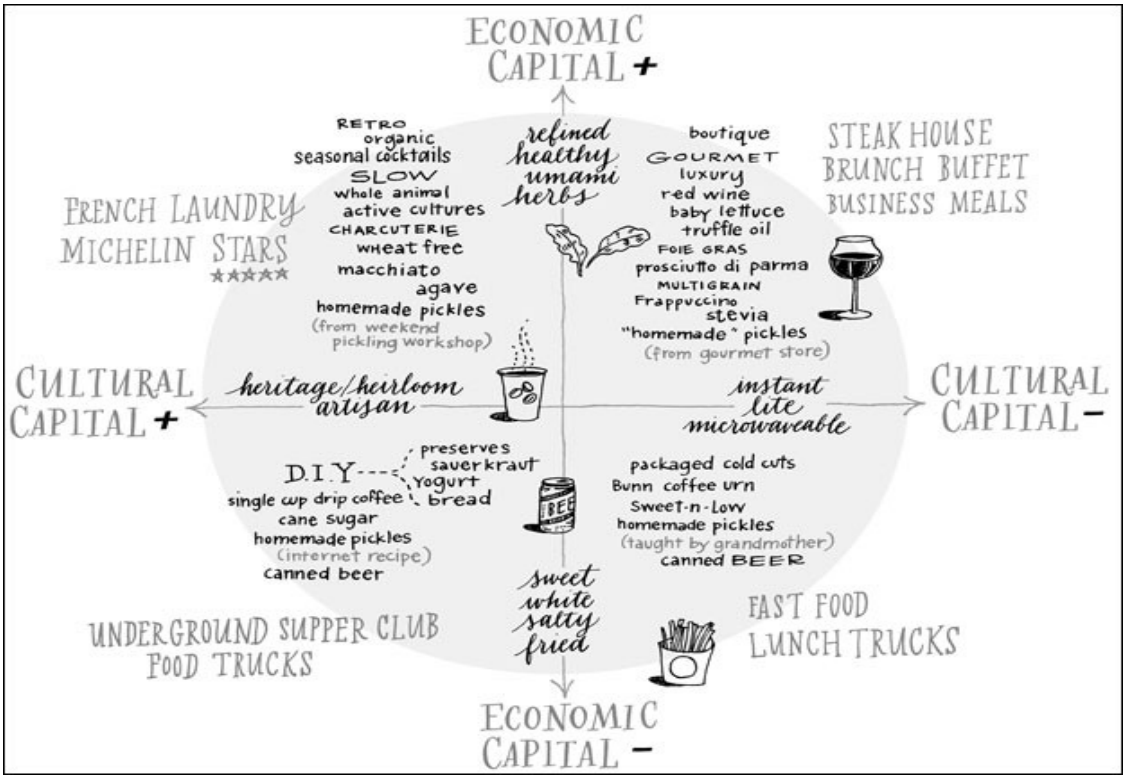
Facciamo un esempio: un operaio ritiene che un'opera teatrale come *Così è se vi pare* sia, non solo universalmente considerata “bella” poiché è arte legittima, ma che andare a vederla sia indice di potere, ricchezza e intelligenza.
Egli non andrà a teatro per motivi economici, oppure se lo farà non sarà predisposto a comprendere quest'opera a causa delle sue condizioni materiali di esistenza; in questo senso egli continuerà a pensare che chi va a teatro e chi capisce quest'opera sia più potente di lui e, in tal modo, questo tipo di dominio continuerà a perpetuarsi.
Oltre a questi aspetti appena citati ci sono inoltre altre attitudini che delineano l'approccio delle classi popolari nei confronti della società, della quotidianità e dell'arte. Bourdieu dedicherà a questi temi molte pagine, soprattutto relativamente alla questione della capacità di ricezione nei confronti dell'estetica, che considererò in maniera analitica in un paragrafo successivo.
Il gusto è quindi visto dal sociologo come una sorta di competenza distintiva mascherata da attitudine, una facoltà aggiuntiva che permette sin dall'infanzia di ottenere posizioni di grande vantaggio in molti aspetti della propria vita.
Anche se con qualche diversa connotazione, dovuta del resto alla diversità del periodo storico in cui queste teorie sono state formulate, questo concetto dell'uso del gusto come *surplus* o valore sociale aggiunto verrà ripreso anche dalle teorie più recenti sull'onnivorsimo.
A mantenersi attuale anche al giorno d'oggi è l'intuizione bourdieuiana per cui possedere le capacità per poter usufruire e godere delle pratiche socialmente definite legittime è un vantaggio tanto forte quanto a prima vista celato, a cui soggiaciono grandi potenzialità e benefici.
I già citati studi sociologi di Peterson, Eriksson e altri dimostrano inoltre la validità di un altro aspetto della teoria bourdieuiana: non solo nel 1979, ma ancor oggi sono le classi più agiate a detenere i mezzi che, tramite il gusto, permettono loro di avere una maggior forza nel campo della “lotta sociale”.
Possedere un certo tipo di propensione al gusto può indubbiamente generare vantaggi ad ampio raggio poiché, essere riconosciuto dagli altri agenti come il detentore di un certo tipo di capacità, genera un'immediata collocazione nei ranghi più rilevanti e potenti della gerarchia sociale.

Cito, per analizzare meglio la questione, un passo di Bourdieu:

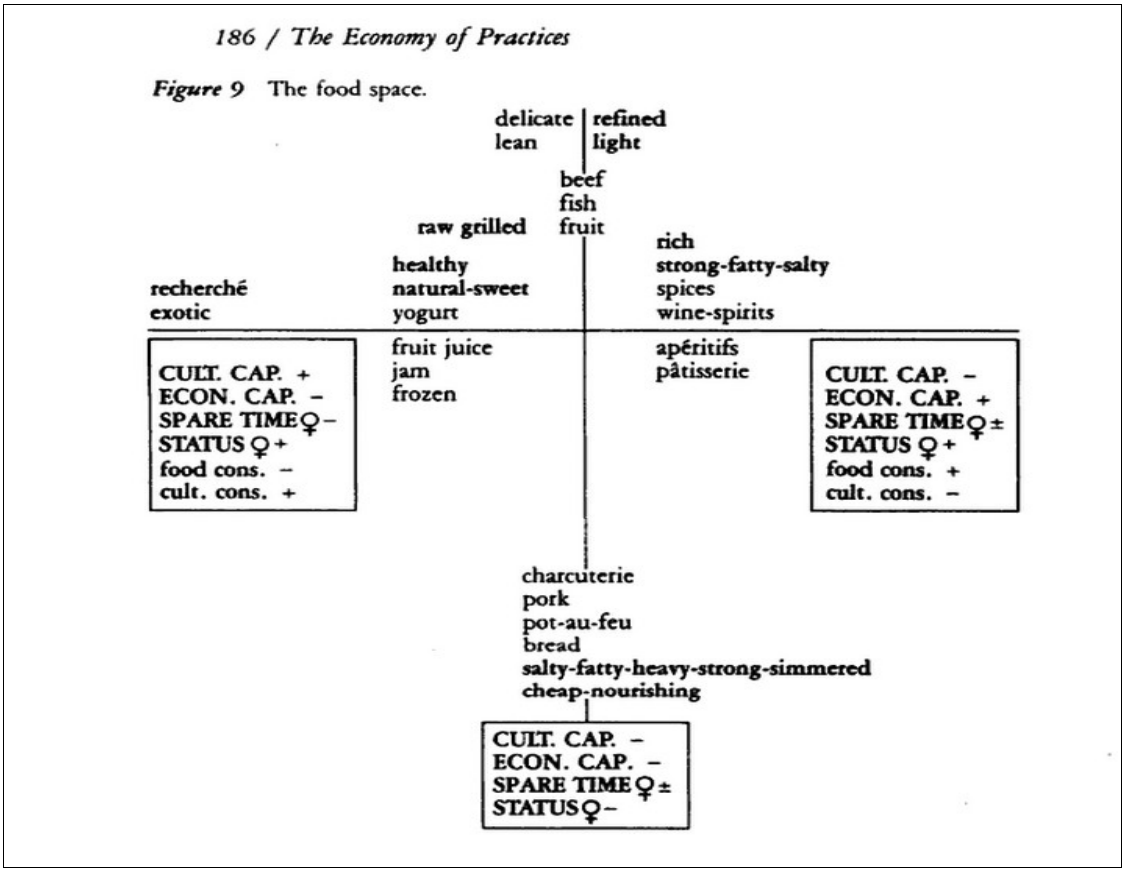
> Il gusto […] funziona come una specie di senso dell'orientamento sociale (*sense of one's place*) per cui orienta coloro che occupano un determinato posto nello spazio sociale verso le posizioni sociali adatte alle loro proprietà, verso le pratiche o verso i beni che si addicono a coloro che occupano quella posizione, che "vanno bene" per loro […][29].

Ovviamente il vantaggio che si genera per una determinata frazione di popolazione diviene, al contrario, svantaggio per un'altra e quindi le classi più povere avranno meno potere perché quella è la posizione che "va bene per loro"[30].
Lo "smascheramento" del falso universalismo di gusto kantiano è finalizzato anche a dimostrare che i gusti non uniscono gli individui, tutt'altro: essi contribuiscono a rafforzare le divisioni fra i gruppi sociali.
Secondo Bourdieu scegliere tra il mangiare del *sushi* o del *Pot-au-feu*[31] crea frazionamenti e relativi ordinamenti, ma la pratica del gusto che rispetto alle altre induce maggiormente alla classificazione è proprio l'arte.
L'immagine che vi presento è una recente rivisitazione delle teorie del gusto bourdieuiane relativa alle scelte alimentari, realizzata da Leigh Wells[32], e da me inserita per dare un'idea più ampia dell'esempio tra *sushi* e bollito, appena citato.
Associo all'immagine più recente l'originale di Bourdieu stesso, tratto da *La Distinzione*[33].

29 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 466.
30 *Ibidem.*
31 Una sorta di bollito.
32 Leigh Wells, http://leighwells.com
33 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 199.



Img. 1. L.Welles, Grafico delle scelte alimentari.



Img. 2. P. Bourdieu, Schema rappresentante la disposizione dei vari capitali nello spazio sociale.

Non è questo il luogo adatto per approfondire la questione relativa al gusto alimentare, ma è bene precisare che Bourdieu ha dedicato una buona quantità di pagine relative a questa tematica nel capitolo *L' habitus e lo spazio degli stili di vita.*
Mi preme solamente citare uno spunto molto interessante, e cioè che i gusti relativi al cibo sono strettamente connessi con l'idea che ognuno ha del proprio corpo e degli effetti che il nutrimento ha su di esso a livello di forza, salute, bellezza e sono quindi tra le manifestazioni più fortemente rivelatrici dell*'habitus*.
Ritornando al discorso dell'oggetto artistico, designato fra tutti gli oggetti come quello dotato di maggiore potenzialità distintiva, il sociologo sostiene che, "di tutti gli oggetti offerti alle scelte dei consumatori, non ne esistono di più classificanti delle opere d'arte legittime"[34].
Il mondo dell'arte genera una maggiore distinzione perché la competenza artistica sembra agli occhi di tutti come una dote innata anche se, come abbiamo appena visto, evidentemente non lo è.

> Dato che la loro appropriazione presuppone attitudini e competenze che non sono distribuite in modo universale (anche se hanno l'apparenza di doti innate), le opere culturali sono l'oggetto di un'appropriazione esclusiva, [...] assicurano un profitto di distinzione proporzionale alla rarità degli strumenti necessari ad appropriasene[35].

Che siano membri della classe popolare o siano appartenenti alla classe elitaria, che abbiano o no i mezzi per conformarsi ad esse, tutti accettano queste disposizioni e si misurano in base ad esse.
Questo avviene poiché il gusto legittimo si fonda, di fatto, su una tacita accettazione da parte di tutta la società, di un certo tipo di formalizzazione.
Come spiega la citazione bourdieuiana, il gusto relativo ai beni artistici è particolarmente potente per quanto riguarda l'aspetto di distinzione e classificazione che genera.

34 P. Bourdieu, *La distinzione...,* p. 8.
35 P. Bourdieu, *La distinzione...*, p. 237.

In questo senso essere associati ad un certo tipo di pratiche rende gli individui più forti nella lotta sociale e, di conseguenza, il consumo di certi prodotti culturali contribuisce a rafforzare le classi dominanti nella lotta per il potere.
Come vedremo nel dettaglio in seguito il capitale simbolico è indubbiamente quello più rilevante fra tutti quelli posseduti dall'individuo e il consumo dei beni culturali ha una forte incidenza nella formazione e consolidazione di esso.
Considerando questo grande potere significante degli oggetti artistici, Bourdieu sostiene che i nostri gusti culturali e le pratiche artistiche che scegliamo di attuare non sono sempre frutto di una decisione esplicita ma, come abbiamo precedentemente detto, sono frutto dello stile di vita al quale apparteniamo.
La classe dominante annovera tra i suoi gusti in ambito estetico la predilezione per la forma, un interesse per gli aspetti più astratti a scapito della funzione; nel capitolo seguente andrò a descrivere altri ambiti in cui questo principio trova applicazione e come esso generi una forte divisione fra le classi.

1.7 I gusti estetici: il caso museale

Il mondo dell'arte rappresenta un universo a se stante rispetto alle altre pratiche della vita, e questo fatto può essere osservato anche semplicemente considerandolo spazio museale in quanto tale.
Un museo si potrebbe definire come un “non luogo” poiché non ha alcuna funzione concreta immediatamente percepibile, come è invece tipico nella nostra quotidianità: in un'abitazione si dorme, in un ristorante ci si nutre, in un negozio si comprano beni, ma in questo spazio di culto dell'arte l'unico scopo riconoscibile è quello di coltivare, celebrare e rafforzare la disposizione estetica dominante.
Le opere d'arte che trovano collocazione in uno spazio museale sono completamente decontestualizzate sia dal punto di vista storico che dal punto di vista della funzione; lo scopo di questa neutralizzazione dell'ambiente è quello di focalizzare l'attenzione del visitatore sulla composizione estetica degli oggetti, cioè sulla loro forma.

Ogni manufatto, quando varca la soglia di un museo, perde la finalità con cui era stato inizialmente concepito: che si tratti di un antico dipinto votivo o di un quadro astratto di Jackson Pollok che ornava qualche *loft* newyorkese.
Dice Bourdieu:

> [...] il museo d'arte è la disposizione estetica costituita in istituzione: non c'è nulla infatti che realizzi meglio l'autonomizzazione dell'attività artistica nei confronti degli interessi o delle funzioni extraestetiche, della giustapposizione di opere che, subordinate in origine a funzioni del tutto diverse o addirittura incompatibili, crocefisso e feticcio, Pietà e natura morta, esigono tacitamente un'attenzione per la forma piuttosto che per la funzione, per la tecnica piuttosto che per il contenuto[36].

Il museo, per essere pienamente compreso, esige dal pubblico il possesso della disposizione estetica dominante, intesa come la capacità di lasciarsi alle spalle il mondo materiale e di predisporsi alla comprensione delle caratteristiche stilistiche.
Come abbiamo già detto questa attitudine non è universale ed è per questo motivo che il mondo dell'arte contemporanea e avanguardistica, soprattutto nella sua accezione odierna, è appannaggio quasi esclusivo di pochi e distinti individui.
Il sociologo affronta nuovamente il tema dello spazio museale nel momento in cui analizza i modi di appropriazione dell'opera d'arte, operando un confronto fra le diverse modalità di fruizione dell'oggetto artistico da parte dei dominanti e dei dominati.
La pratica dell'andare al museo appare meno legata all'esibizionismo sociale, tipico delle classi più alte, poiché è uno spazio aperto a chiunque e in ogni momento e, soprattutto, nel guardare una mostra non vi sono interessi economici sottostanti.
Visitare un museo e una galleria sono due attività profondamente diverse perché l'aspetto economico disturba il distacco necessario alla disposizione estetica.

36 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 26.

Una volta compreso il fatto che non tutti gli individui che si accostano all'arte sono in grado di accordarsi all'estetica dominante, Bourdieu si domanda se si possa in qualche modo colmare questa carenza con l'apprendimento.
A tal proposito il sociologo sostiene che la disposizione estetica è inscindibile dall'acquisizione di un capitale conoscitivo propriamente artistico.
Bourdieu sostiene l'importanza, per la definizione di un capitale culturale artistico, della capacità di riconoscere i tratti stilistici che costituiscono l'*originalità* delle opere[37] di un'epoca, cioè il saper individuare la cifra stilistica, sia essa una tecnica pittorica, plastica o compositiva che distingue un autore nell'intero panorama delle arti.
La comprensione delle qualità tecniche e stilistiche che caratterizzano un'opera d'arte può essere appresa sia a livello scolastico, sia con la semplice ma consueta frequentazione degli spazi museali, cioè luoghi così neutralizzanti di ogni forma di funzionalismo che inducono il visitatore a interessarsi agli aspetti più stilistici.
Questo tentativo risulta però insufficiente poiché, per quanto non esista disposizione estetica senza conoscenza della storia dell'arte e delle tecniche artistiche, se prese singolarmente queste conoscenze si riducono infine a un mero atto di classificazione di artisti e periodi storici che non ha alcun valore conoscitivo profondo e di certo non porta a una comprensione piena dell'opera.
Secondo Bourdieu questo "gioco di riferimenti dotti o mondani[38]", non ha alcuno scopo se non quello di far entrare una certa opera all'interno di un circuito più o meno legittimo.
La disposizione estetica non si può assimilare poiché ciò che si può acquisire studiando è solo una piccola fetta di un più grande percorso che va compiuto interamente, essa parte da una formazione che si inizia ad acquisire in seno alla famiglia di origine, che proseguirà poi con l'educazione scolastica e che verrà infine consacrata con l'inserimento dell'individuo in un certo gruppo sociale.
Tale considerazione del profondo segno indelebile e insostituibile lasciato dall'azione pedagogica della famiglia verrà fortemente ridimensionata in studi più recenti da parte di Bonnie Erickson, docente di sociologia presso l'*University of Toronto -St. George-*.
Questo circuito, inoltre, può essere percorso solo se a sostenetelo è un'importante capitale economico, poiché avvicinarsi all'arte andando a teatro, suonando uno

37 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 47.
38 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 48.

strumento etc. spesso implicano del dispendio di denaro.
Bourdieu sottolinea con forza come il possedere un capitale economico importante abbia indubbiamente un peso per quanto riguarda il distanziamento dalla necessità e dal bisogno.
Gli strumenti forniti dall'apprendimento scolastico, quindi, non bastano poiché l'estetica dominante è solo di facciata una predisposizione a una visione artistica, ma in profondità si svela essere una delle più rilevanti rappresentazioni di un atteggiamento complessivo nei confronti della società, e della vita stessa, che non si può imparare da un manuale, ma si può solo incorporare per assorbimento quasi osmotico dell'ambiente sociale di nascita.
Ritornando alla questione della preminenza della forma sulla funzione, oltre alla caratterizzazione dello spazio museale, si può fare una seconda riflessione sulle opere d'arte in esso contenute.
E' particolarmente interessante considerare che, a partire dalle sperimentazioni avanguardistiche dei primi del Novecento come l'astrattismo, il futurismo, il dadaismo etc., -Bourdieu stesso parla di *postimpressionismo*[39]-, queste nuove forme artistiche indirizzino il visitatore verso la forma piuttosto che verso la funzione dell'opera e, in un certo senso, confermano il dominio dell'estetica dominante.
Una caratteristica fondante dell'estetica dominante è, difatti, l'interesse per la forma ed è molto interessante riflettere sul motivo per cui le tendenze più recenti dell'arte contemporanea vadano incontro proprio alle tendenze delle classe più potenti.
Relativamente a questa significativa questione sulla centralità della forma può essere quantomeno interessante fare un breve accenno a tale esperienza nel campo francese facendo un particolare riferimento agli studi di André Malraux.
Il suddetto politico e filosofo dell'arte parigino, principalmente noto per il suo elaborato concetto di "museo immaginario", vede l'esperienza e la stessa esistenza dell'arte legata al dominio di pochi individui.
Così come Bourdieu aveva notato un forte legame fra la classe dominante e le tendenze dell'arte contemporanea, allo stesso modo Malraux denuncia questo connubio auspicando piuttosto l'avvento di un'arte che diventi portatrice di una nuova visione del mondo.

39 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 8.

La sua forte vocazione attivista e politica lo porterà ad una visione anti-borghese anche per quanto riguarda l'arte, la sua netta opposizione nei confronti dell'arte realista non è infatti da leggersi come una tendenza di generale rifiuto artistico, ma come quella di un individuo in costante "rivolta contro la storia"[40].

Malraux nel domandarsi "che cos'è l'arte?" giunge a una soluzione: "è ciò grazie a cui le forme diventano stile"[41]. Lo stile è dunque, secondo l'espressione di Malraux, "ciò che un'epoca cerca più in profondità e per cui la forma vivente possiede significato solo in quanto materia prima[42].

L'estetica malrauxiana si basa sull'idea del *museo immaginario*, il *museo dei musei, il museo degli stili,* un luogo dove quello che conta è solo l'opera d'arte e il suo stile, non la comprensione da parte del pubblico meno colto.

Secondo questa visione l'arte perde la sua funzione didattico-sociale e vive di autodeterminazione, questa prospettiva non è completamente sovrapponibile a quella bourdieuiana, ma si ritrovano punti di contatto soprattutto nella questione relativa alla dominazione tramite la forma artistica.

Indubbiamente queste riflessioni sulla forma non si limitano alle sole avanguardie pittoriche, ma si possono applicare a tutta una vasta gamma di sperimentazioni artistiche che vanno dal teatro, alla musica, alla letteratura etc., in questo senso vediamo una tendenza che nasce dalle arti, ma che si amplifica anche a molti altri aspetti, che verte sulla predominanza della forma.

La predisposizione per la forma da parte della classe dominante non è però uno schema fisso, bensì una tendenza da applicare in ogni ambito possibile.

Le opere del Ventunesimo secolo si distaccano dal precedente patrimonio artistico per molti aspetti, ma quello più immediato e rivoluzionario per l'epoca è appunto l'allontanamento dal figurativismo e, nella maggioranza dei casi, anche dalla funzione. Un dipinto votivo era finalizzato alle preghiere domestiche, un ritratto reale serviva per mantenere memoria dei passati sovrani o antenati, mentre le opere d'arte contemporanee sono spesso fini a se stesse.

---

40 S. Morawski, *L'assoluto e le forme*, Dedalo, Bari 1971, p. 442.

41 A. Malraux, *Le Musée Imaginaire,* Gallimard, Parigi 1965, p. 158.

42 M. De Beaupré, S. Baumet, *Archeologia dell'eleganza: 1980-2000 : 20 anni di fotografia di moda,* Ulf Poschardt, Contrasto Due, Roma 2002, p.14.

In questo senso l'estetica popolare, ancora legata all'idea di funzionalità pratica di un'opera d'arte, non può ambire ad avvicinarsi alla disposizione estetica nella sua accezione contemporanea poiché questa si situa decisamente su un altro livello di percezione.
Questo non può che voler dire che l'arte contemporanea, e non solo, non è per tutti.
Non è questa la sede adatta per argomentare gli svariati motivi che hanno generato la profonda frattura con il figurativismo dell'arte contemporanea, piuttosto mi concentrerò su cosa vuol dire interessarsi "alla forma".
Non dobbiamo limitarci a considerare la corrente dell'arte astratta come unica sostenitrice di una nuova estetica basata innanzitutto sulla forma poiché, sebbene si possa considerare il baluardo di tali ricerche, rappresenta solo uno dei tanti modi in cui l'oggetto artistico può comporsi come non figurativo.
La disposizione estetica si fonda sull'interesse predominante per la forma, ciò vuol dire che non è ancorata al soggetto reale del dipinto, non è interessata alla rappresentazione della realtà, bensì si focalizza su elementi che non hanno altro riscontro se non la nostra esperienza visiva.
L'ambizione delle avanguardie artistiche è quella di dare vita a una nuova arte completamente "pura", libera di aprirsi a nuovi elementi pittorici non vincolati al soggetto come il colore, la linea e la forma pura.
Oggi, a due secoli e mezzo dall'affermazione dell'autonomia dell'arte, può sembrare un concetto quasi scontato, ma bisogna considerare il fatto che anche l'arte è condizionata sia storicamente che socialmente e non è sempre stata libera nelle sue forme espressive.
La disposizione estetica, in questo senso, si deve considerare come un fenomeno storico e strutturalmente sociale.
In ogni periodo storico del passato è esistita una forma culturale legittima e dominante, ad esempio i dipinti manieristi erano gli unici, nel XVI secolo, ad essere considerati legittimi; ora questo non vale più, le correnti si susseguono e i gusti cambiano.
Bourdieu, infatti, sottolinea ripetutamente come non siano i gusti a essere fissi, quanto le categorie concettuali che li sostegno.

> Ogni opera culturale legittima tende di fatto ad imporre le norme della sua percezione e definisce tacitamente come

> unico modo legittimo di percezione quello che mette in gioco una certa disposizione ed una certa competenza[43].

Bourdieu ritiene che quello che rimarrà sarà l'idea che il gusto estetico in particolare, e il gusto in generale, siano socialmente connotati e che anche in futuro genereranno distinzioni sociali che tenderanno a consolidare classificazioni gerarchiche di dominio. E' dunque necessario chiedersi: le più recenti teorie sociologiche confermeranno tutto questo?
Consideriamo infine, usando le stesse parole di Bourdieu, i valori in base ai quali un'opera d'arte viene definita tale:

> Ma la comprensione e la valutazione dell'opera dipende anche dall'interazione dello spettatore, che è a sua volta funzione delle norme convenzionali che regolano il rapporto nei confronti dell'opera d'arte in una determinata situazione storica e sociale, come pure della disponibilità dello spettatore a conformarsi a queste norme [...][44].

A questo punto della sua riflessione il sociologo introduce la nozione di azione soggettiva dell'individuo per quanto riguarda il raffronto con l'estetica.
Quando un agente si confronta con un'opera d'arte la sua ricezione sarà indubbiamente condizionata dalla propria soggettività, e ciò dipende anche da peculiarità intrinseche e indissociabili dell'oggetto artistico.
Secondo Bourdieu, quindi, gli individui non sono completamente liberi, ma nemmeno totalmente condizionati, nei loro gusti artistici.
Consideriamo un quadro come, ad esempio, una delle tante nature morte di Picasso: questo viene considerato come un'indubbia opera d'arte e non si pensa a esso come a un

43 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 50.
44 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 25.

semplice elemento d'arredamento quale potrebbe essere una qualsiasi tela comprata al mercato delle pulci. A cosa si deve questa differenza di considerazione?
Bourdieu risponde ponendo l'accento sempre sulla questione della percezione, sostenendo che quella relativa all'opera d'arte coinvolge tanto l'artista quanto i soggetti che si accostano ad essa.
Quando Picasso si accostava alla tela egli aveva già nella sua mente l'idea di realizzare un'opera d'arte; si potrebbe dire che l'intenzione estetica era già presente ancor prima di prendere in mano il pennello e, secondo Bourdieu, è proprio questo uno dei fattori che porta a definire una composizione di qualsivoglia specie come "artistica".
Questo discorso vale anche per le opere che non sono state realizzate sulla base di un'intenzione artistica. Mi riferisco, ad esempio, ai lavori dadaisti comunemente noti come "*ready made*": non è necessario che l'oggetto in questione sia stato realizzato tenendo a mente un intento artistico, questo può giungere anche in un secondo momento e ciò si può affermare sempre in base al principio bourdieuiano per cui è l'intenzione estetica a rendere tale l'opera d'arte.
L'altro elemento che definisce un'opera d'arte come legittima è il riconoscimento di tale accezione da parte del pubblico.
Non basta che l'artista voglia creare un'opera, il pubblico deve riconoscere l'intenzione propriamente estetica nell'oggetto definito artistico.
Il problema della definizione dell'artisticità è stato inoltre affrontato dal professore emerito di filosofia presso l'*University of Illinois* a Chicago George Dickie.
Lo studioso statunitense affronta la medesima problematica bourdieuiana che ribadisco essere: chi o che cosa sancisce lo *status* di opera d'arte?
Dickie ha elaborato una teoria istituzionale dell'arte, dove suggerisce che la soggettività degli individui diventa fondamentale nel processo di definizione di cosa è un prodotto culturale e di cosa non lo è.
Dickie si avvicina molto al sociologo francese sostenendo che l'arte viene presentata come tale dalle relative istituzioni, siano essi critici, galleristi o gli stessi artisti; non è quindi una caratteristica insita nell'oggetto in quanto tale.
Una delle versioni più riprese e discusse della definizione istituzionale dell'arte recita: " un'opera d'arte in senso descrittivo è un'artefatto al quale una società o una parte di essa

ha conferito lo *status* di candidato all'apprezzamento[45]".
Il filosofo parla di "*status* di candidato all'apprezzamento" poiché alla base della sua teoria istituzionale dell'arte vi è la certezza che non esiste un oggetto, un'idea o una qualsiasi cosa indubbiamente asseribile come artistico.
Dato quindi per constatato il fatto che i canoni estetici dell'opera d'arte non sono più un valore né unanime né fondamentale, bisogna inoltre considerare il fatto che gli stili che accomunano l'aggettivo artistico sono così numerosi, e soprattutto differenti, che non si può definire un parametro di artisticità certo, ma si può solo fare delle proposte.
Se l'artisticità di un oggetto fosse definita da precisi e rigidi canoni non ci sarebbe innovazione, appare quindi molto importante in questo processo di definizione l'apporto dell'individuo a livello sia percettivo che ricettivo.
Secondo Bourdieu alla base di questo riconoscimento soggiace la disposizione estetica dominante poiché è l'intenzione produttiva e la percezione degli individui dominanti a definire l'opera, non quella degli agenti di qualunque gradino della gerarchia sociale.
In riferimento al fatto che è la disposizione estetica dominante a legittimare l'opera d'arte riporto questo brano di Bourdieu:

> Una delle prove più sicure di riconoscimento della legittimità risiede nella propensione delle persone più sprovviste di cultura a nascondere la loro ignoranza o la loro indifferenza, ed a rendere omaggio alla legittimità culturale[...][46].

Considerando unitariamente le tendenze dell'arte contemporanea, cioè la presenza di musei dove la funzione è negata nonché di opere dove il soggetto è bandito, e di principi di definizione artistica unicamente in mano alla disposizione estetica dominante, ci rendiamo conto di come quest'ultima sia in assoluto preminente nei giochi di potere dello spazio sociale.
Vorrei ora definire nel dettaglio la concezione bourdieuiana della disposizione estetica e dell'estetica popolare poiché è proprio sulla negazione di queste classificazioni che si focalizzerà la critica onnivorista della nuova scuola sociologica americana.

45 P. Basso, *Il dominio dell'arte: semiotica e teorie estetiche*, Meltemi, Roma 2002, p. 201.
46 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 329.

Analizziamo quindi quali sono, secondo Bourdieu, le caratteristiche delle due estetiche di classe prima di valutarne l'odierna validità.

1.8 La disposizione estetica

Bourdieu non parla mai propriamente di estetica "colta"; egli, infatti, adopera il termine "disposizione estetica" riferendolo sempre alle classi dominanti: per il sociologo infatti non esiste la disposizione estetica bassa, solo l'estetica popolare.
La disposizione estetica è la propensione nei confronti delle arti propria delle classi dominanti, cioè di coloro che si collocano nelle posizioni più potenti e influenti nello spazio sociale.
Ancor prima di delinearne le caratteristiche, conviene focalizzare l'attenzione su un aspetto molto importante per avere una piena comprensione di questo argomento: la disposizione estetica si esplicita principalmente quando viene relazionata con l'estetica popolare.
La relazione delle classi dominanti con il mondo delle arti, ma non solo, non può prescindere dal qualificarsi in opposizione alla classe dominate, poiché sono entrambe controparti inscindibili di uno stesso aspetto.
Queste due estetiche sono sì agli antipodi, ma sono anche tra loro complementari, e si definiscono l'una in relazione all'altra poiché è la distanza che le separa a renderle significative.
Per esempio, l'estetica popolare è connotata dal sopravvento del piacere dei sensi nell'atto della ricezione, il quale si manifesta tramite un coinvolgimento personale, mentre la disposizione estetica dominate è volta in favore di un distacco emotivo e da una presa di distanza estetica.
Da un lato abbiamo l'interesse per la funzione e dall'altro un'attenzione nei confronti della forma dell'oggetto artistico; la prima è ancorata ai bisogni materiali, mentre la seconda è totalmente libera dai condizionamenti della quotidianità.
L'estetica dominante è quindi il punto di riferimento in base al quale tutte le altre estetiche si delineano, l'estetica popolare per negazione e quella borghese per

aspirazione.
Bourdieu, a riguardo, è molto chiaro in questo passo:

> L' “estetica” popolare è un' “estetica” dominata, cioè ininterrottamente costretta a definirsi in relazione alle estetiche dominanti. Non potendo né ignorare l'estetica colta, che rifiuta la loro “estetica”, né rinunciare alle loro inclinazioni socialmente condizionate[47].

In queste righe emerge un altro punto molto importante e cioè il fatto che l'estetica colta rifiuta con forza ogni qualsivoglia forma di estetica popolare.
L'élite culturale, difatti, vede l'estetica popolare come “volgare” e “barbara”, in piena opposizione con la raffinatezza dei propri gusti.
La disposizione estetica è solo uno dei vari ambiti che genera da un lato affermazione sociale per chi la pratica, e dall'altro, distanza e separazione da perpetuare per chi non ne è predisposto.
La repulsione delle classi più alte nei confronti delle pratiche delle classi più basse genera solide barriere e rende la distinzione nella gerarchia sociale ancora più netta
Bourdieu dice infatti che, in materia di gusti, più che in qualsiasi altra, ogni determinazione è negazione; ed indubbiamente i gusti sono innanzitutto dei disgusti nei confronti di altri gusti [48].
Le classificazioni operate dal gusto, così come le reazioni al gusto, non sono coscienti, si manifestano nel rifiuto o nella nausea rispetto a determinati odori, nella simpatia e nell'imitazione intuitiva di una persona che si accetta socialmente e con cui si condivide o si vuole condividere l'ambiente sociale[49].
Questa affermazione vuole spiegare come il rapporto di negazione del gusto “dell'altro” sia reciproco: non sono solo i membri della classe dominante a rifiutare tutto ciò che si trova al di sotto di loro del loro gradino sociale, ma i dominati a loro volta, non

47 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 36.
48 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 53.
49 Krais, B., Gebauer, G., *Habitus*, Armando, Roma 2009, p. 41.

intendono avvicinarsi ai gusti elitari per una precisa volontà e non per una mancanza di formazione.
Se il gusto della classe dominante ha una propensione per le mostre, il teatro, i concerti etc. ciò vuol dire che la classe dei dominati, come ad esempio operai e contadini, non si avvicineranno facilmente a queste pratiche, anche se gli spettacoli teatrali fossero gratuiti e i concerti liberi.
Anche questo aspetto della teoria bourdieuiana sarà verificato dagli studi di Peterson che andrò ad analizzare nel secondo capitolo di questo elaborato.
I rigidi parametri dell'estetica colta, quindi, determinano una divisione netta tra la cultura alta, da loro approvata, e la cultura bassa, cioè quella di tutti gli altri.
In questo modo si viene a riconfermare e riprodurre il già citato sistema di dominio delle classi superiori su quelle inferiori, attuata tramite la disposizione estetica e non solo.
Pur di mantenere solide queste barriere, i membri della classe dominante mettono in atto delle tattiche volte a mantenere netti i confini che li separano dalle altre frazioni sociali. Uno dei metodi per mantenere saldi i confini è quello di allontanare qualsiasi pratica che non sia più di appannaggio esclusivo della classe dominane.
E' molto importante sottolineare come Bourdieu non neghi mai il fatto che la composizione dei gusti legittimi possa cambiare, anzi, questa si rivela come una potente strategia.
Cambiare gusti e pratiche non è indice di debolezza dei valori del gruppo, anzi spesso variarli significa rafforzarli e attualizzarli.
Bourdieu ce ne offre un esempio:

> Una pratica originariamente nobile può essere abbandonata dai nobili –ed è quello che in generale succede- se è adottata da una quantità crescente di borghesi e di piccoli borghesia, addirittura dalle classi popolari. Per contro una pratica inizialmente popolare può essere momentaneamente ripresa dall'aristocrazia. Insomma bisogna evitare di trasformare in proprietà necessarie e intrinseche di un gruppo qualsiasi le proprietà che lo caratterizzano in un momento dato del tempo a seguito della sua posizione in uno spazio sociale

determinato dall'offerta di beni e di pratiche possibili[50].

La teoria dell'onnivoro culturale che andrò a delineare nasce proprio dalla negazione dell'esistenza esclusiva di questi gusti selettivi e snobistici dell'élite culturale e, inoltre, respinge le sovradette condotte esclusivistiche.
Ritornando sulla questione delle condizioni materiali di esistenza, Bourdieu parla anche di come sprechi e spese ostentatorie diventino segnali di riconoscimento tra membri di una stessa classe sociale, simboli di appartenenza che affermano la propria posizione e, al contempo, confermano la distanza nei confronti delle altre frazioni.
Questa percezione non è stata individuata esclusivamente dal sociologo, infatti, il sociologo ed economista Veblen Thorstein sostiene nel suo più famoso testo *Il consumo vistoso* la teoria della classe agiata.
Veblen introdusse il fenomeno della stratificazione sociale come "causa ed effetto" primaria del consumo: una gerarchia nata e consolidatasi in base a quanto si poteva spendere e alla tipologia e qualità degli oggetti che ci si poteva permettere e, successivamente, mostrare in pubblico[51].
La classe dominante sia bourdieuiana che thorsteiniana sfrutta le attività artistiche come occasione per dimostrare e sfoggiare il proprio potere, arrivando persino ad investire più denaro nelle spese accessorie che in quelle effettivamente pratiche e utili.
L'ostentazione di lussi e sfarzi e lo sperpero di capitale economico, del resto, non è che una delle tante facce che mostra il distacco nei confronti del bisogno proprio della classe dominante.
Bourdieu, ne *La Distinzione*, propone l'esempio di una serata a teatro e confronta come vi partecipano due frazioni del gruppo dei dominanti: coloro maggiormente dotati di capitale economico e quelli che detengono più capitale culturale.
Due rappresentanti di queste frazioni potrebbero essere da un lato gli imprenditori e, dall'altro, i professori di scuola secondaria superiore.
Il gruppo degli intellettuali parteciperà alla serata con lo scopo e la volontà di far fruttare il proprio capitale culturale, mentre i commercianti metteranno in secondo

50 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche*..., p. 18.
51 M. Franchi, *Raccontare il consumo: strumenti per l'analisi*, Franco Angeli, Milano 2008, p. 39.

luogo l'aspetto artistico per concentrarsi invece sull'esaltazione del loro capitale economico scegliendo i posti a sedere migliori, un abito ricercato etc.
Ognuna delle frazioni tenderà quindi di esaltare il più possibile ciò che è il proprio punto di forza, il capitale che gli consente di mantenere la posizione di dominio che detiene. Ma perché, in questo caso, gli imprenditori partecipano a serate di teatro d'avanguardia anche se il loro interesse non è in primo luogo quello culturale?
Perché, come abbiamo già detto, il consumo artistico è uno dei più distintivi e classificanti che si possa immaginare; non dobbiamo però pensare che questa tendenza si limiti al teatro contemporaneo.
Quando un individuo socialmente avvantaggiato si accosta ad un'opera d'arte, sia questa avanguardista o classicista, la sua disposizione nei confronti di questa sarà sempre la stessa: il giudizio verrà formulato con pieno distacco rispetto al contenuto figurativo.

> Essere in grado, come lo sono i membri della classe dominante, di contemplare un'opera d'arte al solo livello della forma (prescindendo dalla sua funzione e utilità pratica) significa essere capaci di stabilire una "rottura rispetto al mondo ordinario. […] La teoria estetica […] viene così a delinearsi come la capacità di mettere tra parentesi il regno della necessità materiale, dell'esistenza quotidiana, che coincide con l'esperienza "borghese" del mondo[52].

L'interesse predominante per la forma non è una prerogativa delle discipline pittoriche, ma si applica anche ad altri ambiti, artistici e non, poiché non è da considerarsi come un indirizzo preciso ma piuttosto come una tendenza di fondo presente nell'individuo.
La disposizione che soggiace a questi giudizi non solo si applica a ogni tipologia di estetica, ma essa ha anche la potenzialità di venir adottata in ogni ambito della nostra esistenza.
L'atteggiamento disinteressato della classe elitaria diviene ancor più dominante quando oltrepassa il limite dell'estetica e riesce ad applicare la stessa disposizione distintiva

52 M. Santoro, *Introduzione*..., p XII.

negli ambiti più svariati della vita, ed è proprio questa la vera forza che permette la perpetuazione della disposizione dominante.
Prima di concludere il discorso sulla disposizione estetica appare doveroso accennare a una frazione dello spazio sociale che, ai tempi di Bourdieu, ambiva a trovare una sua collocazione tra le fila dei dominanti: la borghesia.
La classe borghese parigina degli anni '60-'70 era caratterizzata sia dal fatto di occupare una posizione intermedia tra le due estreme di cui abbiamo parlato sin ora, sia dall'avere un capitale economico e culturale in ascesa.
Restando nell'ambito dei gusti artistici, l'estetismo piccolo borghese si configura come la posizione mediana per eccellenza perché si rapporta costantemente sia con la classe elitaria che con la classe popolare: con la prima il rapporto che si viene a creare viene definito da Bourdieu come "nostalgico" mentre, con la seconda, vi è un rifiuto dell'estetica popolare nelle sue accezioni più tipiche come le fotografie ricordo o la musica "leggera".
Bourdieu, riferendosi alla classe borghese, parla di "nostalgia populistica[53]", intendendo quel sentimento di alienazione, dovuto al fatto di trovarsi in una posizione mediana: da un lato i borghesi negano le loro origini, dall'altro essi sono inclini verso un livello superiore poiché ambiscono a far diventare il loro gusto conforme ai canoni dominanti.
Una manifestazione di questa nostalgia populistica si ritrova nel gusto borghese per il folklore, un'occasione per provare la *vicinanza distante*[54].
Si tratta però solo di un momento poiché, tralasciando queste aperture nostalgiche, i borghesi in particolare, e ogni altra classe sociale in generale, tendono a distaccarsi fortemente dai gradini immediatamente inferiori rispetto alla loro posizione.
Più le classi sociali sono vicine, più si attiva un sistema di distanziamento, proprio come quello della classe dominante prima citato; spiega Bourdieu:

> Le scelte estetiche esplicite, in effetti, si costituiscono spesso per contrapposizione alle scelte dei gruppi più vicini nello spazio sociale, nei cui confronti la concorrenza è più diretta e

53 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 56.
54 *Ibidem.*

> immediata e , in modo più preciso, in un indubbio rapporto con quelle scelte, nelle quali si sottolinea meglio l'intenzione, percepita come pretesa, di segnare la distinzione verso i gruppi inferiori[55].

Dopo aver delineato la disposizione estetica e l'estetismo borghese, andiamo ora a definire quello che è il gradino inferiore: l'estetica popolare.

1.9 L'estetica popolare

Per concludere il discorso sui giudizi di gusto estetici definirò ora le caratteristiche dell'estetica popolare poiché, sebbene alcune peculiarità siano già state citate, altri aspetti non sono ancora stati da me completamente delineati.
La distinzione popolare si caratterizza per una continuità fra la visione del mondo dell'arte e la quotidianità, per la conseguente inclinazione a rivolgere la propria attenzione alla funzione pratica degli oggetti artistici e, infine, per una tensione verso un'adesione spontanea e partecipata nei confronti degli elementi artistici con cui si è in rapporto.
A fronte di queste caratteristiche ci rendiamo subito conto di quanto l'opposizione e la complementarietà con l'estetica dominante precedentemente definita sia immediata e indissociabile.
Come primo e più rilevante aspetto caratterizzante di questa estetica vi è il fatto che i membri delle classi sociali comunemente definite più basse, quando si confrontano con un'opera d'arte legittima o meno, innescano automaticamente un meccanismo che Bourdieu definisce come una sistematica “riduzione” delle cose dell'arte alle cose della vita[56].

55 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 58.
56 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 40.

Questo particolare automatismo nasce, oltre che dalla già citata assenza di disinteresse e dalle condizioni di esistenza, anche dalla mancanza di capitale culturale e/o scolastico che impedisce a questa frazione di classe di codificare l'opera d'arte.
Poiché i membri della classe popolare non hanno tutti i mezzi per confrontarsi con l'oggetto artistico, essi lo interpretano riducendone il valore intrinseco e riconducendolo all'unica cosa di cui hanno piena conoscenza: la loro quotidianità.
La distinzione estetica, sia essa legittima o popolare, si appoggia sulle strutture mentali di chi le applica; cioè gli individui hanno certi gusti e attuano determinate pratiche grazie alla visione del mondo che essi hanno incorporato in sé.
La quotidianità di un membro delle classi meno agiate sarà indubbiamente agli antipodi rispetto a quella che genera la disposizione estetica legittima e darà conseguentemente risultati opposti. Volendo fare un esempio, l'estetica popolare non ha interesse per la forma degli oggetti artistici bensì per la loro funzione, una posizione totalmente inversa rispetto a quella dominante.
Ritorniamo quindi su uno dei temi più dibattuti di tutta *La Distinzione,* e cioè che le classi sociali più basse non hanno la stessa predisposizione estetica delle classi più elevate, nei confronti dell'opera d'arte e non solo, a causa delle condizioni materiali di esistenza e non perché in loro non si è generata un'innata disposizione.
Si vengono così ad unire due concetti essenziali: la disposizione estetica è connotata diversamente nelle classi popolari sia per mancanza di capitale culturale e scolastico, sia a causa delle differenti condizioni pratiche di esistenza.
E' molto importante tenere a mente questo punto poiché dal 1979 al 2002 -gli anni delle ricerche di Peterson– le condizioni relative all'apprendimento scolastico e la diffusione della cultura sono molto cambiate, in quanto ad amplificazione del loro raggio d'azione, dando la possibilità a chi prima non l'aveva di studiare e conoscere la storia dell'arte.
Questi fattori avranno influito a tal punto da dare risultati diversi da quelli ottenuti da Bourdieu? Bisogna però tenere a mente il fatto che il sociologo sostiene più volte che il capitale culturale e scolastico non è il solo elemento in gioco e, tanto meno, quello più influente.
Riprendendo le fila del discorso appare decisamente esplicativa la verifica empirica, basata sulla volontà di indagare le differenti percezioni tra i membri di varie classi sociali di fronte a un oggetto ritenuto artistico, che il sociologo espone ne *La*

Distinzione.

Bourdieu sottopone a una serie di individui-campione, appartenenti a diversi segmenti sociali, una fotografia raffigurante delle mani di una donna anziana.

Il primo soggetto intervistato è un operaio di Parigi, il quale, osservando l'immagine esterna fin da subito un'adesione tanto coinvolgente quanto inesperta e, soprattutto, non formula un giudizio propriamente estetico di qualsivoglia specie.

> Boh mi fa impressione vedere le mani di questa povera donna, sono nodose si può dire […] Questa nonnetta deve aver lavorato sodo. Si direbbe che ha i reumatismi[57].

L'operaio intervistato da Bourdieu non riesce a cogliere eventuali substrati concettuali nell'immagine poiché è troppo ancorato all'effettivo soggetto rappresentato, difatti egli non vede che quello.

Segue poi l'intervista di un tecnico del quadro intermedio:

> Mi fa pensare ad un quadro che ho visto ad una mostra di pittori spagnoli, un monaco con le mani giunte davanti a s, le cui dita erano deformi[58].

Più saliamo lungo la gerarchia sociale più le considerazioni sulle mani dell'anziana donna passano da argomentazioni legate al soggetto, all'attenzione per la forma e divenendo infine un pretesto per vere e proprie riflessioni generali sulla condizione umana.

Le considerazioni maggiormente legate al senso della vista sono troppo ancorate alla concretezza della quotidianità per poter essere associate ad un tecnico di alto livello o ad un professore universitario.

La citazione dei pittori spagnoli ad opera del tecnico è, secondo Bourdieu, una pratica tipicamente borghese che si fonda sul concentrarsi sulle proprietà propriamente

57 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 41.
58 *Ibidem.*

estetiche del soggetto preso in considerazione per agganciarsi poi a riferimenti estetizzanti.
In questo caso le frazioni medie della scala sociale vedranno nelle mani di donna non i reumatismi, bensì le luci e ombre, la morbidezza della posa etc., mentre le classi più elitarie andranno oltre a tutto questo astraendo fino ad arrivare all'allegoria.
L'estetica popolare, invece, si aggancia fortemente alla quotidianità e, per quanto riguarda il giudizio estetico, cerca ad ogni costo un riconoscimento figurativo; come se individuare il soggetto volesse dire comprendere l'opera d'arte o anche solo poterne dire qualcosa a riguardo.
Nell'estetica popolare l'esperienza artistica è relegata in secondo piano rispetto all'esistenza quotidiana e, proprio per questo motivo, non potrà generare altro se non un interesse dell'opera d'arte superficiale e comunque legata all'oggetto in quanto tale.
Da questo atteggiamento deriverà una comprensione dell'opera d'arte quantomeno limitata, se non del tutto assente, a tal punto che quando essi si rapportano con un'opera che non presenta in modo evidente il marchio e le tracce del lavoro, si genera uno sconcerto che porta spesso al puro e semplice rifiuto[59].
Come i membri della classe elitaria rifiutano qualsiasi contatto con le pratiche popolari, così nella gerarchia sociale, man mano che si scende verso le classi più povere di capitale sia economico che culturale, ci si allontana dai principi dall'estetica colta con sempre maggior determinazione.
Bourdieu individua una decisa ostilità da parte del pubblico popolare nei confronti dell'estetica colta; questa si manifesta come un atteggiamento ostico nei confronti di ogni ricerca formale, sia essa un dipinto astratto o un'opera di Pirandello.
E' proprio grazie all'opera *Sei personaggi in cerca d'autore* che il sociologo ci spiega il perché.

> A teatro, come al cinema, il pubblico popolare si appassiona agli intrecci logicamente e cronologicamente indirizzati verso un *happy end* e si "riconosce" di più nelle situazioni e nei personaggi disegnati in modo semplice, che non nelle figure e nelle azioni ambigue e simboliche [...][60].

59 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 42.
60 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 30.

Bourdieu sottolinea il fatto che il pubblico popolare è indirizzato verso un riconoscimento e un'adesione che, in realtà, viene spesso negato dall'arte contemporanea.
Sarà ancora valido questo ragionamento? Sarà solo l'individuo medio, se non basso, ad annoverare tra i propri gusti i principi emulativi su cui si è basata tutta la produzione cinematografica dai *Roaring Twenties*[61],a oggi?
Ricollegandoci con il precedente esempio della foto di mani di donna, capiamo ora come il commento dell'operaio rimandi al coinvolgimento ingenuo e partecipato di cui ci parla Bourdieu.
Il continuo fallimento dell'individuo medio nel tentativo di trovare un coinvolgimento nell'arte contemporanea si manifesta costantemente, le aspettative vengono disattese, e questo non può che generare ostilità e distacco nei confronti di questa.
Bourdieu spiega come questa volontà di identificazioni sia una sorta di "investimento", una sorta di partito preso per l'ingenuità ("ci andiamo per divertirci")[62], ci spiega inoltre:

> [...] lo spettacolo popolare è quello che produce in modo inseparabile la partecipazione individuale dello spettatore allo spettacolo e la partecipazione collettiva alla festa di cui lo spettacolo costituisce l'occasione.

La sopraddetta definizione di spettacolo popolare non potrebbe essere più distante alla concezione di distacco estetico tipico dell'estetica colta.
La ricerca formale, per il semplice fatto che non rende trasparente ogni suo contenuto e non permette l'immedesimazione, viene condannata come generatrice di barriere sociali e come frutto della volontà di tenere a distanza il non iniziato[63].

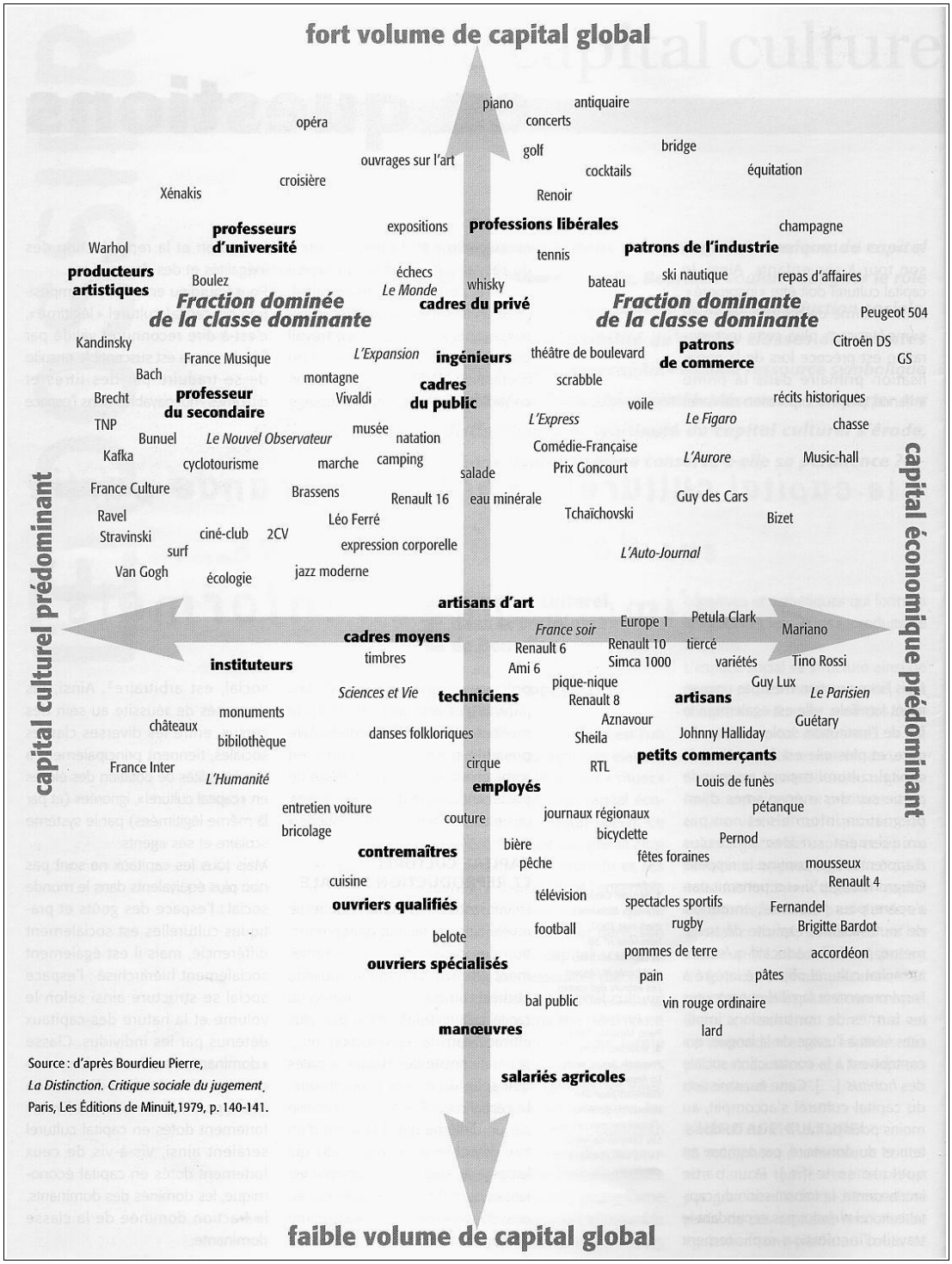
61 Ruggenti anni Venti.
62 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 30.
63 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 31.

Ribadisco quanto avevo già detto per quanto riguarda la concezione funzionalistica dell'estetica popolare: l'uomo “di strada” non può riconoscersi nell'arte contemporanea. Per concludere questa analisi, ritengo sia utile dare spazio anche alle caratteristiche dell'estetica popolare perché, come vedremo nella seconda parte del mio elaborato, molte di queste tendenze relegate da Bourdieu agli individui appartenenti alla parte più bassa della gerarchia sociale, pare si stiano spostando verso posizioni molto più alte dello spazio sociale.
Prima di proseguire diviene necessario dare una spiegazione di alcuni concetti chiave del pensiero bourdieuiano, essenziali anche per una corretta analisi delle tendenze contemporanee: il campo sociale, il capitale economico, culturale, simbolico e l'*habitus*.

1.10 Lo spazio sociale

Ne *La Distinzione* Bourdieu ci fornisce una preziosa schematizzazione, da me allegata nella pagina successiva, di quello che lui ritiene essere lo spazio sociale nel suo complesso. Tale schema è stato semplificato e ridotto, da Bourdieu stesso, rispetto a quello ben più complesso e stratificato che egli aveva redatto grazie alla mole di dati empirici raccolti, tramite questionari, a Parigi e a Lille.
In questa traccia gli indicatori presi in considerazione sono il cibo, le bevande, gli sport, i passatempi e l'arte sia musicale che pittorica, mentre le classi lavorative proposte, definite dal carattere “grassetto”, sono i salariati agricoli, gli operai specializzati, i liberi professionisti etc.
Lo spazio sociale è costruito in modo tale che gruppi di individui si suddividano in funzione di due valori che andremo poi a delineare: il capitale economico e il capitale culturale.
Bourdieu ha fatto notare che lo spazio sociale ha dei confini e che al suo interno è organizzato in senso gerarchico e orizzontale, bisogna entrarvi e per farlo occorre un *droit d'entrée*, un diritto d'entrata[64].

64 B. Kraios, G. Gebauer, *Habitus*..., p. 89.



Img. 3. P. Bourdieu, Schema rappresentante la disposizione delle frazioni dominanti.

Il concetto di spazio sociale è stato affrontato da moltissimi studiosi ma, analizzando il pensiero bourdieuiano, diventa interessante riallacciarsi con scritti del filosofo Gunter Gebauer; il quale definisce lo spazio sociale come *spazio degli usi*, cioè un luogo scandito non da regole ma gestito e mantenuto tramite atti sociali sensati.
Un uso, un'attività, un'abitudine assume significato nel momento in cui essa viene riconosciuta dagli altri agenti sociali e porta all'esclusione di chi non la pratica; l'uso costituisce uno spazio inclusivo di tutti coloro che vogliono farne parte[65].
Lo spazio degli usi ha indubbiamente molto in comune con lo spazio sociale bourdieuiano poiché entrambi si basano sul fatto che esso è prodotto dai soggetti stessi e non da norme prestabilite.
Osservando l'immagine della pagina precedente[66], voglio premettere che non dobbiamo pensare alla nostra società come a una realtà costituita esattamente come nel presente schema poiché lo spazio sociale, dice Bourdieu, è una *rappresentazione astratta*, prodotta attraverso un lavoro specifico di costruzione, da lui realizzata con lo scopo di offrire una proiezione completa del mondo sociale[67].
Questa visione non sarebbe altrimenti possibile, poiché ogni individuo non può avere una corretta concezione dello spazio sociale a causa dei condizionamenti derivanti dalla propria posizione in esso.
Tornando allo schema notiamo subito che due assi cartesiani dividono in quattro sezioni il quadro, sull'asse orizzontale vengono quantificati il capitale economico e quello culturale, mentre sull'asse verticale si considera il volume del capitale globale.
Prima di proseguire con la descrizione dello schema bourdieuiano da me riportato, dedicherò una breve partentesi, volta a spiegare i vari tipi di capitale: economico, culturale e simbolico.
In generale, il capitale permette di generare distinzioni e classificazioni tra gli individui, ed è inteso da Bourdieu come un attributo capace di innescare sistemi di dominazione nell'ambito della lotta sociale.

---

65 G. Gebauer, *Senso pratico e linguaggio*, in E. La Licata, *Giocare sull'orlo del caos: la creatività del linguaggio tra l'epistemologia della complessità e la filosofia di Wittgenstein*, Mimesis Edizioni, Milano 2012, p. 281.

66 Immagine tratta da pag. 140-141 dell'edizione francese de *La Distinction. Critique sociale du jugement,* Minuit, Parigi.

67 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 173.

E' molto importante definire fin da subito il capitale come l'insieme delle potenzialità e delle risorse di cui ogni individuo dispone, esse possono declinarsi in ambito economico, culturale, simbolico, oppure in tutte e tre le accezioni.
Ogni attore sociale si avvale di uno o più capitali per occupare, o conservare, la propria posizione nello spazio sociale.
Il sociologo, inoltre, definisce il capitale sociale come la somma del capitale economico e del capitale culturale.
Molto semplicemente il capitale economico consiste nella quantità di ricchezza, monetaria e di proprietà privata, di cui il soggetto dispone, questo può essere accumulato, ma anche consumato, ed è quindi passibile di variazioni anche importanti.
Il capitale culturale, invece, può essere incorporato o istituzionalizzato, e viene altrimenti definito da Bourdieu come *capitale scolastico* e *capitale statuario d'origine*[68], e cioè questo si può generare nell'individuo fin dall'infanzia o si può formare grazie all'istituzione scolastica.
La differenza sostanziale tra il capitale culturale acquisito in seno alla famiglia e quello ottenuto tramite l'istituzione scolastica è che, con quest'ultima, viene a mancare la lenta familiarizzazione[69] sui cui si basa la formazione e la comprensione di valori, atteggiamenti e regole non dette, indispensabili per la costituzione di un capitale culturale dominante.
Bourdieu parla di *capitale statuario di origine*, intendendo quell'eredità culturale legittima che viene tramandata con il semplice fatto di vivere in una certa famiglia, in cui il capitale incorporato delle generazioni precedenti funziona come una specie di anticipo[70].
Questo perpetuarsi del capitale culturale fa sì che la struttura sociale resti, sostanzialmente, sempre la stessa; assicurando così alla classe dominante una posizione di potere stabile e duratura.
Il fatto che questi atteggiamenti vengano assimilati dagli infanti delle classi dominanti in maniera così immediata e profonda potrebbe far pensare che essi siano "naturali", ma non è affatto così; essi sono socialmente condizionati.

68 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 71.
69 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 64.
70 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 71.

Il capitale culturale tramandato dai gruppi dominanti genera vantaggi anche a livello di rendimento scolastico difatti, il giovane studente delle classi medio-basse che non ha acquisito i fattori fondamentali della cultura dominante, dovrà operare una lavoro di riorientamento di ciò che ha appreso fino al momento in cui si è inserito nell'ambiente scolastico.
Il capitale scolastico contribuisce quindi alla perpetuazione della struttura dello spazio sociale poiché mantiene il divario fra alunni dotati di capitale culturale e coloro che non ne sono provvisti, promuovendo un insegnamento basato sui principi del capitale culturale dominante.
La scuola, da sempre baluardo di meritocrazia e democraticità, maschera in realtà favoritismi nei confronti delle attitudini ereditarie della classe dominante.
Bourdieu sostiene inoltre che la scuola non è l'unica istituzione che si prefigge di perpetuare questo modello dominante ma vi è anche la famiglia, che è per eccellenza il luogo dell'accumulo del capitale nelle sue diverse forme e della sua trasmissione da una generazione all'altra[71].
Il nucleo familiare è, infatti, un elemento fondamentale nel processo di avviare, mantenere e riproporre l'ordine sociale tramite il passaggio dei valori dai genitori ai figli, meglio definita da Bourdieu come *strategia di riproduzione*[72],
Questo modo di accostarsi alla cultura non può essere insegnato a scuola poiché, come già detto, è fortemente ancorato agli stili di vita ed è in realtà un modo di approcciarsi all'intera esistenza: non si può quindi semplicemente imparare ma deve essere tramandato dalla famiglia d'origine.
A parità di capitale scolastico le differenze legate all'origine sociale tendono a emergere in maniera evidente, soprattutto quando ci si allontana dai temi studiati all'interno dell'ambito scolastico, e cioè nel momento in cui ci si allontana dalla "zona sicura" dettata dal capitale culturale riconosciuto e garantito dall'istituzione scolastica.
Bourdieu ci propone una riflessione in base alle risposte dei suoi questionari:

> Il tasso di non risposte alla domanda sui pittori e sulle opere musicali preferite dipende anch'esso strettamente dal livello di istruzione, che oppone radicalmente alla classe dominante le classi popolari, gli

71 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche*..., p. 127.
72 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche...,* p. 33.

> artigiani e i piccoli commercianti. In modo analogo, l'ascolto di stazioni radiofoniche del profilo culturale alto […] la frequentazione di gallerie d'arte obbediscono alla stessa logica e, strettamente collegati al capitale scolastico, collocano le diverse classi e frazioni di classe in una evidente gerarchia[73].

La percentuale di risposta sulle domande culturali, quindi,varia profondamente in base alla tipologia di domanda: se si pongono questioni legate alle materie studiate in aula il tasso aumenta, per diminuire man mano che ci si allontana dai limiti dello "scolastico", assumendo la forma di una "disinteressata"propensione ad accumulare esperienze e conoscenze[74].

La scuola fornisce informazioni, non strumenti da applicare in ogni ambito della vita, ed è proprio questa la sua debolezza, il motivo per cui i titoli di studio non funzionano come spinta per la scalata della gerarchia sociale.

Questo non vuol dire che il capitale scolastico sia totalmente inutile, anzi, esso contribuisce, in maniera più o meno considerevole, a istituire gli atteggiamenti generale propri della cultura legittima; sempre rimanendo nei limiti della classe di appartenenza.

Vi è infine il capitale simbolico, che tra tutti è il più importante nella questione delle lotte nello spazio sociale, anche se non è propriamente corretto considerarlo come gli altri capitali sopracitati poiché non ha un oggetto specifico, bensì indica il valore che gli altri agenti sociali associano al nostro capitale.

Il capitale simbolico è indubbiamente quello più rilevante dal punto di vista sociale poiché, dal momento in cui esso viene riconosciuto dagli altri attori in gioco, si rivela essere quello più potente e determinante.

Il capitale simbolico non ha un campo o un oggetto definito a cui applicarsi perché esso è eterogeneo, cioè costituito dall'insieme di tutti quelli appena definiti -c. economico, c. culturale e c. sociale-. La questione cruciale annessa a questo capitale è piuttosto quella relativa a come esso viene riconosciuto e soppesato dagli agenti sociali che sono in grado di comprenderne la rilevanza.

La fama di uno scrittore famoso è l'esempio di come il capitale culturale diventi capitale simbolico nel momento in cui esso viene sfruttato e riconosciuto come legittimo.

73 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 7.
74 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 17.

Un altro esempio di capitale simbolico potrebbe essere il prestigio che, nella Francia del 1970, poteva avere un dottore, l'onore che derivava dall'essere un militare di alto livello oppure, facendo un esempio più contemporaneo, la popolarità di un musicista famoso. Ogni volta che in una nostra pratica, gusto, capacità o possedimento viene riconosciuto del valore, allora abbiamo a che fare con il capitale simbolico.
Nelle società moderne e stratificate è molto importante capire qual'è il valore percepito del nostro capitale posseduto e Bourdieu ne era perfettamente consapevole; quella che segue è la sua definizione di capitale simbolico:

> Ogni specie di capitale (economico, culturale, sociale) tende (in gradi diversi) a funzionare come capitale simbolico (al punto che sarebbe forse più opportuno parlare, a rigor di termini, di *effetti simbolici del capitale*) quando ottiene un riconoscimento esplicito o pratico […]". Prodotto della trasfigurazione di un rapporto di forza in rapporto di senso, il capitale simbolico sottrae all'insignificanza, come assenza di importanza e di senso[75].

Ritornando ora alla definizione di spazio sociale, Bourdieu sostiene che la classe che ha la posizione più alta nella gerarchia sociale sarà quella che possiede, in misura maggiore, tutte le tipologie di capitale appena descritte.
Usando questo sistema di classificazione, che si basa quindi sulla misura della portata dei vari capitali, è possibile descrivere la suddivisione dei vari livelli interni dello spazio sociale dove non figurano solo i dominanti e i dominati ma anche, per esempio, la *fraction dominée de la classe dominante*, cioè individui appartenenti alla classe più potente ma in una posizione di potere non assoluto.
Vi saranno quindi vari gruppi: la classe dominante, la classe media e la classe dominata, che a loro volta si divideranno, al loro interno, in tre livelli, uno alto, uno basso e uno medio.

75 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche*..., pp. 254-255.

Per esempio, nella classe dominata, avremo i tecnici dei quadri amministrativi intermedi come gruppo più alto, gli operai qualificati come classe media e i salariati agricoli come dominati.
La frazione dominante dei dominanti è invece composta da coloro che hanno un maggiore capitale economico rispetto a quello culturale, mentre nella parte sinistra troviamo la frazione dei dominanti-dominati, che comprende quegli individui che detengono maggiore capitale culturale come i professori, sia universitari che liceali.
La costituzione del campo sociale si basa sull'esclusione reciproca degli individui che in esso si confrontano; Bourdieu stesso lo definisce come una "struttura di giustapposizione di posizioni sociali"[76], ovvero esso è strutturato dalle differenti posizioni dei soggetti che vi si trovano all'interno.
Dice il sociologo:

> Costruire lo spazio sociale, questa realtà invisibile che non possiamo né indicare né toccare con mano e che organizza le pratiche e le rappresentazioni degli agenti, significa darsi nello stesso tempo la possibilità di costruire delle classi teoriche il più possibile omogenee[...][77].

Partendo dall'alto verso il basso vediamo come tecnici di alto livello, i quadri del settore pubblico, i liberi professionisti e i professori universitari facciano parte della classe dominante e si oppongano a coloro che sono più sprovvisti di capitale economico e culturale come gli impiegati e i salariati agricoli.
Questa prima suddivisione è relativa all'asse verticale, cioè quella concernente all'entità del capitale economico e culturale, ed è meno definitiva rispetto alla seconda ripartizione poiché, come precedentemente detto, queste sono grandezze che possono variare nel tempo.

76 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche...*, p. 141.
77 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche...*, p. 22.

Bisogna invece considerare il "peso relativo" del capitale economico e del capitale culturale nell'insieme del patrimonio[78], con questo intendo assumere il fatto che la valenza che gli altri individui associano ad un patrimonio vale molto rispetto al valore concreto ed effettivo che esso ha. In questo caso mi riferisco all'asse verticale cioè quello relativo al capitale globale o capitale simbolico.
Ogni capitale, di qualsiasi tipologia esso sia, assume realmente valore nel momento in cui questo viene riconosciuto dagli altri agenti sociali.
Ogni singolo individuo troverà la sua posizione nello spazio sociale sulla base di quanto capitale possiede e di come questo viene riconosciuto dagli altri agenti; l'ordine sociale è quindi fondato su tale iniqua distribuzione di capitale simbolico.
Lo spazio sociale è un luogo distinto e distintivo[79] che classifica gli individui in base alla distanza che separa la loro posizione da quella degli altri: più la posizione degli individui sarà vicina tanto più i valori saranno assimilabili e, conseguentemente, si genereranno dei raggruppamenti.
Bourdieu giunge persino a dire che le persone situate nella parte superiore dello spazio hanno poche probabilità di sposarsi con quelle situate in basso[80].
Questa affermazione potrebbe essere oggi rivista, ma quello che dobbiamo trarre da questa affermazione è il fatto che nella Francia del 1960-'70 tali separazioni erano così radicate che c'erano poche possibilità di incontro tra diverse classi, non solo per quanto riguarda i costumi e i gusti, ma anche a livello fisico.
Le formazioni che si vengono a creare nello spazio sociale comprendono, quindi, individui il più possibile omogenei, sia a livello di condizioni materiali di esistenza che dal punto di vista delle pratiche quotidiane, e vengono definite da Bourdieu come "classi", "classi di attori sociali" o "classi di condizioni di esistenza"[81].
La classe non si forma né in base al volume del capitale economico o culturale né secondo l'età o per il luogo di residenza, anche se questi elementi hanno comunque un peso, ma per mezzo della configurazione delle relazioni dinamiche tra tutti gli attributi dell'individuo.
In questo schema le classi sono designate con il nome della professione che gli individui esercitano ma, sebbene sia la base e la nomenclatura del raggruppamento, il

78 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche*..., p. 19.
79 *Ibidem.*
80 P. Bourdieu, *Ragioni pratiche*..., p. 23.
81 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 103.

ruolo nel mondo lavorativo non è l'unico elemento rilevante; Bourdieu ci parla, infatti, anche di *proprietà secondarie* [82].

I membri delle classi proposte dal sociologo non condividono solo una condizione lavorativa ma anche uno stile di vita, un modo di mettere in pratica le loro competenze, un particolare modo di approcciarsi al prossimo etc.

Una proprietà primaria è tale quando viene istantaneamente riconosciuta dagli altri membri del gioco sociale, come la laurea che è per un avvocato un attributo indispensabile e congiunto, mentre una proprietà secondaria comprende tutti quegli atteggiamenti che fanno parte di un certo gruppo ma che lo caratterizzano in maniera tanto inconsapevole quanto profonda.

Spiega Bourdieu:

> Una classe […] si definisce non solo attraverso la posizione nei rapporti di produzione che può venir individuata mediante indicatori quali la professione, il reddito o anche il livello di istruzione, ma anche […] mediante tutto un insieme di caratteristiche ausiliarie che possono fungere, come esigenze sottintese, da principi effettivi di esclusione o di selezione, senza venir mai formalmente enunciati[83].

Le proprietà secondarie sono sia interne, come quelle sopracitate, ma possono anche essere legate alla percezione sociale di un ruolo come ad esempio potrebbe essere la distinzione in base al sesso o alla razza.

Riprendendo la precedente citazione degli avvocati, al tempo di Bourdieu essi erano ovviamente tutti laureati e condividevano un certo senso del lavoro -proprietà primaria- ma tendenzialmente erano anche maschi, bianchi e di una certa provenienza sociale -proprietà secondaria-.

Queste caratteristiche non venivano richieste in modo esplicito da nessuno studio, ciò significa che le proprietà secondarie agiscono in modo tacito e condiviso: nessuno le

82 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 104.
83 *Ibidem.*

codifica ma tutti ne sono al corrente.
Ovviamente esistevano anche avvocati donna o chirurghi neri anche nella Francia degli anni '70, ma Bourdieu sosteneva che essi, in quanto membri di un gruppo ma privi di caratteristiche secondarie, venivano esclusi o relegati in posizioni marginali come avvocati donna destinate a clientele femminili e medici di colore relegati ad attività di laboratorio[84].
Il sesso, la provenienza sociale, l'etnia, l'età etc. sono tutti elementi che si ritrovano all'interno di una classe, ma non è ciò che la definisce, è piuttosto il rapporto che intercorre tra i vari elementi del capitale a designarlo.
Spesso la struttura e la correlazione tra i rapporti appare invisibile ad un primo sguardo poiché le proprietà, sia primarie che secondarie, sono talmente numerose che si può incorrere nell'errore di perdersi e di concentrarsi esclusivamente su di esse.
Un'altra caratteristica della classe è quella di non essere inamovibile, quando un individuo è qualificato in base a un certo gruppo ciò non implica necessariamente che egli debba essere per sempre legato a questo; è invece possibile che si vengano a creare degli spostamenti.
Da un certo punto di vista queste argomentazioni si possono riallacciare a quello che Ulrich Beck ha chiamato "effetto ascensore"[85] dell'espansione formativa.
Lo studioso si riferisce alla frequente situazione in cui le generazioni più giovani salgono ad un "piano superiore", ma di fatto rimangono immobili nella stratificazione sociale, questo effetto viene da Beck descritto come lo *spostamento di intere classi o di frazioni di classe* nello spazio sociale[86].
Il capitale simbolico sta all'origine di tutti i conflitti all'interno dello spazio sociale poiché non si lotta per possedere denaro e proprietà o un titolo di studio, ma per il riconoscimento che deriva dal loro possedimento.
Le varie classi sono quindi in perenne competizione fra loro per ottenere, tramite dislocamenti, la posizione di maggior prestigio all'interno dello spazio sociale o, quantomeno, per mantenere la posizione iniziale e non regredire.

84 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 105.
85 Vedasi U. Beck, *Risikogesellschaft*, Surkamp, Francoforte, 1986.
Tr. it. *La società del rischio*, Carocci, Roma 2000.
86 B. Krais, G. Geauber, *Habitus*..., p. 45.

In questo brano Bourdieu spiega i diversi modi con cui si può attuare variazioni nello spazio sociale:

> Lo spazio sociale consente due forme di spostamento […] innanzitutto gli *spostamenti verticali*, verso l'alto o verso il basso, nello stesso settore verticale dello spazio, cioè nello stesso campo; poi gli *spostamenti trasversali*, che comportano il passaggio da un campo all'altro, che possono avvenire sia sullo stesso piano orizzontale, sia su piani diversi[87].

Uno spostamento verticale potrebbe essere quello di un operaio che, dopo una specializzazione, diviene un operaio qualificato; mentre un esempio di spostamento trasversale consiste in un operatore culturale che decide di diventare libero professionista.
Bourdieu sostiene che gli spostamenti verticali siano quelli più frequenti e, in effetti, possono essere semplicemente il frutto di una promozione o di un fallimento economico; inoltre non comportano cambiamenti sostanziali se non nella misura di un ampliamento, o riduzione, di un capitale in precedenza già posseduto.
Lo spostamento trasversale, invece, implica l'assunzione di un nuovo capitale, o di un sottogruppo di quello posseduto, e quindi la riconversione del precedente.
Bourdieu introduce infine un'ulteriore componente nello spazio sociale: il campo.
Il sociologo si era dedicato, partendo da un seminario tenutosi all'*École Normale* Supérieure nel 1960, a uno studio approfondito dei campi nelle sue varie accezioni; il suo lavoro ha infine trovato compimento nel testo *Règles de l'art*, dove la "teoria dei campi" venne proposta in ogni sua articolazione.
Ma che cos'è il campo secondo Bourdieu?
Lo spazio sociale può essere suddiviso in numerosi campi, come il campo degli oggetti dell'arte, il campo politico, il campo burocratico etc., ma questi sono reciprocamente autonomi e indipendenti sia tra di loro che nei confronti del contesto.

87 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 137.

Bourdieu si è dedicato lungamente allo studio dei campi nelle sue inclinazioni più particolari come, ad esempio, il campo religioso -confluito nel saggio *Le sante famille. L'episcopat françois dans le champ du pouvoir* (1982)- oppure il campo universitario -che trova posto nel testo *Homo academicus* (1984)-.
Nel testo *Risposte: Per un'antropologia riflessiva,* di cui riporto ora un passo, Bourdieu e il collega Loïc Wacquant affrontano il tema del campo:

> [...] Il concetto di campo è, come un campo magnetico, un sistema strutturato di forze oggettive, una *configurazione relazionale dotata di una gravità specifica*, che il campo è in grado di imporre a tutti gli oggetti e gli agenti che vi penetrano. Come un prisma, ogni campo rifrange le forze esterne a seconda della sua struttura interna[88].

In questo scritto notiamo come Wacquant e Bourdieu facciano emergere due caratteristiche dei campi che verranno definite successivamente dalla nomenclatura "campo di forze" e "campo di battaglia".
Per spiegarne il concetto Wacquant propone un paragone tra il funzionamento del campo di forza e quello del campo magnetico fisico, lo scopo di questa azione è duplice e, in primo luogo, vuole sottolineare come entrambi devono mantenere in equilibrio le loro forze interne ed esterne, nonostante le continue tensioni, per poter esistere[89].
Ogni campo è infatti caratterizzato da un insieme di forze che agiscono simultaneamente, il cui scopo è il mantenimento o la sovversione degli equilibri esistenti nello spazio della competizione sociale.
Per esempio un agente sociale, per entrare a far parte di un determinato campo, dovrà sottostare a delle gerarchie e assumere una posizione di dominio o di sottomissione: questo è un esempio di "forza interna" volta a mantenere l'equilibrio del campo.
Un'altra forza interna molto importante è la presenza di regole proprie, queste non sono fisse ma variano nel momento in cui un nuovo individuo si inserisce in esso e, tramite il suo punto di vista, inizia una lotta volta al cambiamento e al controllo dei vari capitali.

88 L. Wacquant, *Introduzione*, in P. Bourdieu, *Risposte. Per un'antropologia riflessiva*, Bollati Boringhieri, Torino 1992, p. 23.
89 P. Bourdieu, *Meditazioni pascaliane,* Feltrinelli, Milano 2003, p. 108.

L'equilibrio può però essere messo in discussione dal comportamento sociale dei nuovi agenti che, quando si vengono a inserire nel campo e non intendono adattarsi alla posizione assegnatagli, inizieranno a mettere in discussione la legittimità della stratificazione regolata dal campo.
Questa situazione non si verifica costantemente, più semplicemente la maggior parte degli agenti si adatta alle norme del campo[90].
Il secondo paragone di Wacquant, relativo al magnetismo, si riferisce alle proprietà fisiche del campo magnetico e cioè alla capacità di attrarre o di allontanare da sé altri corpi in virtù delle proprie forze interne. In questo senso la proprietà fisica rispecchia la proprietà del campo di forza wacquantiano e cioè, il saper influenzare le frazioni vicine.
Il secondo aspetto fondante della teoria wacquantiana è il "campo di battaglia" che spiega come ogni campo si configura come un luogo dove lo scontro è tanto continuo quanto inevitabile, e ha come oggetto la lotta per la stabilità o la variazione delle gerarchie e regole esistenti.
Pertanto, poiché un campo è una realtà fluida per eccellenza, i cui confini sono perennemente oggetto di lotta nel campo stesso, l'esistenza di un campo si può riconoscere solo empiricamente[91].
Pur nella specificità di ogni singolo campo questi due meccanismi si ritrovano sempre e funzionano come una sorta di comune denominatore.
Dopo aver chiarito il concetto di classe diviene necessario completare il quadro dello spazio sociale con la spiegazione dell'*habitus*, l'ultimo e il più complesso concetto bourdieuiano che andremo a trattare in questo scritto, poiché è proprio questo a determinare le diverse posizioni fra i vari gruppi.

90 Bourdieu propone una teoria dell'*illusio* che non andrò a definire, ed è proprio questo uno dei suoi punti di forza e stabilità.

91 A. Boschetti, *La rivoluzione simbolica di Pierre Bourdieu...,* p. 49.

1.11 L'*habitus*: Come opera la distinzione?

L'idea di *habitus* è indubbiamente uno dei pilastri sui quali poggia il lavoro di tutta la vita del sociologo, è un tema complesso, stratificato e assume in un unico termine una grande mole di implicazioni.
Il concetto, di per sé, non è nuovo nello scenario sociologico: esso infatti non è stato coniato da Bourdieu ma ha radici ben più lontane.
La nascita del termine è ambigua e dibattuta ma molti studiosi la attribuiscono ad Aristotele in quanto ritengono che ci siano delle assonanze, sia linguistiche che tematiche, tra l'*hexis* aristotelica e l'*habitus* inteso nell'accezione più moderna.
Secondo Aristotele l'*habitus* ha origine nell'esperienza, in quelle azioni che il soggetti trasforma in abitudini per mezzo della memoria e che si differenziano in modo sostanziale dalle azioni isolate[92].
Nel filosofo l'*hexis* indicava uno stato del carattere acquisito che orienta le nostre percezioni e i nostri desideri, il termine verrà poi trasposto in latino grazie a Tommaso d'Aquino grazie al quale assumerà il significato di "disposizione durevole"[93].
La nozione di *habitus* verrà adoperata anche da molti sociologi della generazione classica come Émile Durkheim, Max Weber e Marcel Mauss, quest'ultimo è inoltre l'autore che influenzerà maggiormente Bourdieu, in particolare attraverso il suo articolo "*Les tecniques du corps*", pubblicato nel 1934.
E' bene precisare che il sociologo si avvale del termine latino, coniugato al singolare, *habitus,* diversamente da altri filosofi e sociologi contemporanei e non.
Bourdieu fa proprio il concetto di *habitus* e lo adopera per la prima volta nell'articolo "*Celibat et condition paysanne*" del 1962.

> I cittadini, abili a scoprire l'*habitus* dei contadini dai loro tipici comportamenti, mettono, criticamente, l'accento sulla lentezza e sulla pesantezza dell'andatura[94].

92 B. Kraios, G. Gebauer, *Habitus*..., p. 28.
93 G. Paolucci, *Pierre Bourdieu. Strutturalismo costruttivista e sguardo relazionale*..., p. 85.
94 P. Bourdieu, *Questa non è un'autobiografia, elementi per un'autoanalisi*, Feltrinelli, Milano 2005, p. 114.

La teoria bourdieuiana sull'*habitus* subirà, nel corso degli anni, numerosi aggiustamenti, i quali indicano la qualità e il lungo studio soggiacente a questo concetto basilare.
Ma che cos'è l'*habitus*? E' Bourdieu stesso a spiegarcelo nel suo scritto *Il senso pratico*:

> I condizionamenti associati a una classe particolare di condizioni di esistenza producono degli *habitus*, sistemi di disposizioni durevoli e trasponibili, strutture strutturate che funzionano come strutture strutturanti, cioè come principio organizzatore di pratiche e di rappresentazioni che possono essere oggettivamente accordate con il loro scopo senza supporre il perseguimento cosciente dei fini e la padronanza espressa dalle operazioni necessarie per realizzarli, oggettivamente "regolate" e "regolari" senza essere per nulla il prodotto dell'obbedienza a regole, e, per di più, orchestrate collettivamente senza essere il prodotto dell'azione organizzatrice di un direttore d'orchestra[95].

L'*habitus* è un principio che dirige tutte le nostre scelte i nostri gusti e le nostre pratiche, passando da un ambito all'altro, e che agisce attraverso delle disposizioni inconsce radicate nell'individuo.
Ogni agente sociale possiede un'enorme quantità di orientamenti e atteggiamenti, che si trasmettono a partire dal nucleo familiare e che si mettono in atto quando ci si confronta con il mondo del sociale, a partire dalle movenze del corpo fino alle attitudini più profonde; e ognuna di queste è mediata dall'*habitus*.
Nell'*habitus* si inseriscono le esperienze primarie del mondo sociale nel quale si è cresciuti, questo apre determinati desideri, orizzonti temporali, aspirazioni e relazioni col mondo chiudendone altri e, poiché questo si perpetua il passato che lo ha prodotto e forgiato, esso produce a sua volta orientamenti, portamenti e forme d'azione che riportano l'individuo al luogo sociale determinato dalla propria classe sociale d'appartenenza[96].

95 P. Bourdieu, *Il senso pratico,* Armando editore, Roma 2005, pp. 88-89.
96 B. Krais, G. Geauber, *Habitus*..., p. 28.

Il brano da me selezionato è molto denso a livello di contenuti quindi, tra tutti gli argomenti presentati da Bourdieu, andrò ad approfondire solo il concetto di *habitus* come "strutture strutturanti" e le due caratteristiche di trasmissibilità e durabilità.
Quando il sociologo definisce gli *habitus* come "strutture strutturate", che agiscono come "strutture strutturanti[97]", egli intende spiegarci che esso crea simultaneamente sia le pratiche, i comportamenti e le attitudini sia gli schemi percettivi necessari per classificarli.
L'*habitus* è l'inconsapevole capacità di produrre della pratiche e degli atteggiamenti e avere, al contempo, il possesso degli schemi di percezione di questi.
Per quanto concerne l'*habitus* si hanno dunque due risvolti ambivalenti: da una parte l'*habitus* si viene a definire come *sistema di classificazione* delle pratiche (intese come stili di vita) dall'altra si pone come principio generatore delle stesse: struttura strutturante e struttura strutturata[98].
Bourdieu parla dell'*habitus* come un "sistema di classificazione delle pratiche[99]" cioè esso produce sia le pratiche che la loro classificazione sia dal punto di vista del soggetto giudicante che dallo spazio sociale nella sua totalità.
Esso, quindi, determina simultaneamente sia i comportamenti classificabili, sia i giudizi classificanti.

> [...] l'*habitus* è infatti contemporaneamente *principio generatore* di pratiche oggettivamente classificabili e *sistema di classificazione (principium divisionis)* di queste pratiche. E' proprio nel rapporto tra queste due capacità che definiscono l'*habitus*, capacità[100].

L'*habitus,* non solo genera i comportamenti, ma ne sviluppa anche la percezione a livello sociale; esso conduce gli atteggiamenti sia del singolo che della collettività, e

97 *Ibidem.*
98 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 103.
99 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 174.
100P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 175.

questo mantiene un ordine condiviso all'interno dello spazio sociale.
Questa disposizione interviene sullo "sguardo sociale" degli individui, cioè sul modo in cui il singolo, e il gruppo, guardano e si relazionano il mondo.
Questa doppia natura è tipica dell'*habitus* e significa che esso da un lato produce le pratiche che creano distinzioni e, dall'altro, genera la capacità di classificarle, siano esse nostre o altrui, all'interno di un *sistema di segni distintivi.*

L'*habitus* è il movente, il principio che organizza la percezione del mondo sociale[101], tramite questo gli individui fanno proprie le strutture sociali e incorporano gli atteggiamenti che devono attuare per potersi inserire nel gioco sociale.
Riprendendo la precedente definizione bourdieuiana, il sociologo sostiene che l'*habitus* è duraturo**,** ciò significa che questa disposizione non è saltuaria o momentanea ma si mantiene con costanza nel tempo. L'effetto dell'*habitus* è permanente e, in maniera più o meno evidente, influirà per tutta la vita dell'individuo.
Chiara e significativa appare la spiegazione di tale concetto da parte di Beate Krais e Gunter Geauber; i quali definiscono l'*habitus* da un lato come duraturo, poiché trattiene le esperienze per il futuro e viene immagazzinata grazie ai processi corporei, e dall'altro come orientato verso il futuro perché non si esaurisce nel presente[102].
Questa "struttura strutturante" presenta inoltre la caratteristica di essere trasmissibile; Bourdieu dedicherà molta attenzione a questo punto, poiché è questa la chiave per comprendere in che modo opera l'*habitus*.
La caratteristica di trasmissibilità si manifesta nel momento in cui esso viene applicato dagli agenti sociali a una gamma molto estesa di pratiche, e non solo, a patto che queste abbiano in comune una certa somiglianza.
Il sociologo ci spiega la capacità dell'*habitus* di estendere atteggiamenti incorporati nell'individuo, a una vasta gamma di situazioni anche non conosciute, grazie al concetto di *transfert*[103].
Quando un soggetto si accinge a mettere in atto una nuova pratica, l'*habitus* innesca un procedimento di trasferimento che indirizza il comportamento dell'individuo verso certi atteggiamenti, egli saprà come agire anche se quest'azione non è strettamente legata con

101 L. Minestroni, *Comprendere il consumo: Società e cultura dai classici al postmoderno,* Franco Angeli, Milano 2006, p. 208.
102 B. Krais, G. Geauber, *Habitus*..., p. 28.
103 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p.178.

delle pratiche precedentemente attuate o con delle informazioni acquisite.
L'*habitus* produce continuamente delle metafore pratiche, delle trasposizioni sistematiche, imposte dalle condizioni particolari della sua messa in opera[104].
Bourdieu, per spiegarci il significato di trasferimento metaforico, ci propone un esempio:

> La caratteristica che chiamiamo "scrittura", cioè quella particolare maniera di tracciare le lettere, produce sempre lo stesso modo di scrivere, cioè segni grafici che , nonostante le differenze di dimensioni, di colore e di materiale, legate al supporto [...] presentano un aspetto di famiglia immediatamente percepibile[105].

Come la scrittura di ogni individuo, a detta del sociologo, può assumere forme diverse - essere più piccola, più disordinata, colorata etc. - ma sarà sempre riconoscibile; così i nostri comportamenti, seppur distribuiti in ambiti diversi -cibo, abbigliamento-visione del corpo etc.- sono riconducibili a un atteggiamento generale tenuto dalle persone in situazioni simili che , in realtà, altro non è che l'*habitus*.
Integrando le esperienze passate, l'*habitus* attua un trasferimento di schemi che non si limita solo a ogni nuova esperienza pratica, ma si applica anche agli schemi percettivi, ai giudizi, alle conoscenze etc.
Bourdieu ha sempre sottolineato la coerenza delle attività individuali, che si tratti di condotte di vita, dell'esercizio di una determinata professione, dell'atteggiamento nei confronti di superiori, della gestione di relazioni sociali o della formulazione di un giudizio morale: è sempre la stessa persona che compra il pane dal fornaio, riflette sulla facoltà da studiare, va in discoteca o si innamora[106].
Il procedimento del *transfert* spiega quindi in che modo agisce l'*habitus,* cioè attraverso uno schema d'azione che genera, in maniera ricorrente, delle trasposizioni sistematiche,

104 *Ibidem.*
105 *Ibidem*.
106 B. Krais, G. Geauber, *Habitus*..., p. 108.

caratterizzate dalla medesima tendenza.
Ma come agisce l'*habitus* sull'individuo?
In ogni pratica della nostra vita, ogni volta che facciamo delle scelte, noi inneschiamo un *habitus*, cioè attiviamo una serie di atteggiamenti tanto radicati quanto inconsapevoli che ci portano a preferire certi parametri piuttosto che altri.
Le strategie che mettiamo in atto tramite l'*habitus* sono in realtà inconsce, gli agenti sociali non sono consapevoli di questi trasferimenti di atteggiamenti da una pratica all'altra che essi attuano.
L'*habitus*, secondo la definizione bourdieuiana, agisce come principio non scelto di tutte le scelte[107].
L'*habitus* deve la sua efficacia proprio per il fatto di essere una disposizione inconsapevole nell'individuo e di funzionare prima di giungere alla coscienza e di venire influenzato dal controllo cosciente dell'individuo stesso.
Ogni nostra occupazione è quindi connessa con tutte le altre attività che svolgiamo nella nostra vita e questo lo dobbiamo alla medesima disposizione che mettiamo in atto, inconsapevolmente, grazie all'*habitus.*
Spiega Bourdieu:

> Gli *habitus* sono spontaneamente orchestrati tra loro e adattati per anticipazione alle situazioni in cui funzionano e di cui sono il prodotto (caso particolare ma particolarmente frequente) tendono a produrre insiemi di azioni che, al di fuori di ogni complotto e di qualsiasi concertazione volontaria, sono grossolanamente in accordo tra loro e conformi agli interessi degli agenti coinvolti[108].

Sebbene l'*habitus* operi in maniera interiorizzata, ciò non vuol dire che la sua azione non sia visibile e concreta, non dobbiamo pensare a questa disposizione profonda come a un puro concetto teorico poiché esso è invece profondamente radicato nella pratica e soprattutto nel corpo.

107 P. Bourdieu, *Il senso pratico*..., p. 97.
108 P. Bourdieu, *Meditazioni Pascaliane*..., p.153.

Esso agisce in maniera concreta, ne sono un esempio tutti quei piccoli gesti quotidiani e atteggiamenti, come accavallare o meno le gambe quando si è seduti, che sono in realtà inconsapevoli manifestazioni dell'*habitus.*

Questo, però, non è una semplice abitudine, bisogna piuttosto pensare all'*habitus* come a una disposizione attiva che genera atteggiamenti, di volta in volta diversi, invece di riproporre sempre le stesse movenze.

Si tratta piuttosto di un agire spontaneo, con una logica intuitiva e talmente ovvia da non richiedere riflessione cosciente, così come camminando non si può riflettere su come posizionare i piedi o su come muovere le gambe; non dimentichiamo però che il corpo non è un semplice mezzo con cui si esprime l'*habitus*, ma, in quanto deposito dell'esperienza sociale, è parte fondamentale dell'*habitus*.

Sebbene sia presente anche questo aspetto, non dobbiamo pensare all'*habitus* come a un principio dirigente di pratiche insignificanti o di automatismi perché, in realtà, esso mette in atto i ben più importanti principi di classificazione che ci permettono di trovare una posizione nello spazio sociale.

L'*habitus* è infatti definito da Bourdieu come una *storia incorporata nelle persone*, inscritta nelle pieghe del corpo, nei gesti, nella maniera di parlare, nell'accento, nella pronuncia, nei tic, in tutto ciò che siamo[109].

L'*habitus* plasma il corpo stesso poiché, in base alle sue disposizioni, l'individuo sarà indirizzato verso una diversa concezione della cura del corpo, del valore del cibo, dell'abbigliamento etc.

La fisicità non è solo un mezzo con cui l'*habitus* si manifesta, il corpo è la sua sede, il suo deposito, a tal punto da far sostenere al sociologo che l'*habitus* è necessità incorporata[110], quindi, esso esiste nei corpi e si manifesta necessariamente tramite questo.

Un'altra significativa affermazione bourdieuiana relativa a questo argomento è " noi apprendiamo da e attraverso il corpo"[111].

Bourdieu attribuisce un'importanza capitale al corpo, in quanto sede dell'*habitus* dove si fissano tutte le attitudini individuali, egli dà una nuova e più solida corporeità agli agenti dello spazio sociale, una caratteristica non contemplata da molti filosofi sia del

109 P. Bourdieu, *Il mondo sociale mi riesce sopportabile perché posso arrabbiarmi,* Nottetempo, Roma, 2004, p. 20-21.
110 P. Bourdieu, *Meditazioni pascaliane*..., p. 165.
111 P. Bourdieu, *Meditazioni pascaliane*..., p. 148.

passato che contemporanei.
L'acquisizione di un *habitus* avviene attraverso la partecipazione, l'osservazione, la sperimentazione e l'esercizio, ma anche per mezzo dell'agire corporeo, di movimenti e di gesti specifici[112].
Uno stile di vita coerente, dove pratiche e gusti rispondono a criteri simili, garantiscono dunque l'avvenuta incorporazione e applicazione di schemi identici, e quindi dell'*habitus* stesso.
Poiché gli stili di vita sono fortemente condizionati dalla classe sociale di appartenenza, e dalle condizioni pratiche di vita, se ne deduce che l'*habitus* sarà determinato da questi fattori.
L'*habitus* di un individuo della classe popolare sarà profondamente diverso da quello di un membro della classe elitaria poiché è stato formato da due esperienze di vita sociale diametralmente opposte, esso dipende dalla storia dell'individuo, dalla sua famiglia e dalla classe sociale.
L'insieme delle pratiche, dei gusti e dei comportamenti che l'*habitus* dispone, generano lo stile di vita di un soggetto e la sue percezione del mondo sociale.
E' proprio grazie all'*habitus* che gli individui danno coerenza ai propri gusti e alle proprie attività, perché esso consente di applicare ad ogni ambito possibile, gli stessi schemi consolidati e incorporati nell'individuo.
Il comportamento degli agenti sociali deve puntare alla riconoscibilità delle sue pratiche e dei suoi giudizi per poter ambire ad accumulare, tramite questi, un valore simbolico ed essere infine distinto nello spazio sociale.
Il perseguimento di uno stile di vita da parte di ogni individuo, quindi, non avviene né in maniera meccanica, né totalmente libera, ma tramite la terza via data dall'*habitus*.
E' l'*habitus* che sta alla base delle suddivisioni che abbiamo precedentemente delineato nello spazio sociale; questa disposizione interiore induce gli individui a seguire e confermare lo stile di vita adatto a loro.
Tutta la ricerca empirica di Bourdieu assume un senso ulteriore, e ben più profondo, se si guardano i risultati dei suoi questionari pensando all'*habitus: La Distinzione* diviene lo studio dell'*habitus* come generatore primo delle distinzioni.

112 B. Krais, G. Geauber, *Habitus*..., p. 102.

E' l'*habitus* che porta gli individui della classe dominante ad attuare le cerimonie sociali, così come è sempre questo a far sì che gli operai non si accostino volentieri all'arte astratta.
Se ne deduce che il gusto stesso, a cui sono state dedicate svariate pagine nei paragrafi precedenti, è un *habitus* che ogni persona mette in atto in maniera inconsapevole.
Per Bourdieu l'*habitus* determina -tramite il gusto- una trasformazione delle cose in segni distintivi, cioè una sorta di trasmutazione degli oggetti di consumo in espressione simbolica della posizione di classe, in funzione degli schemi sociali di classificazione[113].
L'*habitus* non è né un atteggiamo naturalmente innato nell'individuo, come si potrebbe pensare dopo aver parlato fin ora di corporeità, né un meccanismo interiore che domina i nostri comportamenti, bensì è un principio generativo che nasce da un sistema di attitudini sociali.
L'individuo non nasce con un *habitus* incorporato, è la società e la posizione sociale che si occupa di indurne la formazione, esso si può quindi definire come un prodotto delle strutture sociali.
L'*habitus* tuttavia non è un costume che ci domina: Bourdieu non nega in assoluto la libertà di giudizio del soggetto, questo può attuare scelte individuali e razionali, solo che queste non sono ciò che andrà a determinare totalmente le sue azioni.
Ne deriva che ogni individuo identifica e comprende gli oggetti e le pratiche in base agli schemi di percezione che il proprio *habitus* gli induce; quindi una classe, in quanto raggruppamento che adotta atteggiamenti e gusti omogenei, è dotata di quello che Bourdieu definisce *habitus* di classe.
Secondo il sociologo le nostre scelte sono prima di tutto mediate dagli *habitus* di classe e, solo in un momento successivo, si viene ad inserire l'elemento di scelta esplicita e individuale del soggetto.
Gli *habitus* sono individuali, proprio come gli stili di vita sono unici e irripetibili, ma ci sono delle analogie che portano alla creazione di classi di *habitus* che generano comportamenti e attitudini omogenei. L'*habitus* di classe è un principio unificatore e generatore di diverse pratiche, agisce come forma incorporata della condizione di classe e dei condizionamenti da essa imposti[114].

113 L. Minestroni, *Comprendere il consumo: società e consumo dai classici al postmoderno,* Franco Angeli, Milano 2006, p. 210.
114 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 103.

L'*habitus* di classe si accorda tra i suoi membri senza aver bisogno di un'interazione o di regole, semplicemente agisce negli individui perché è esso stesso a generare l'unità di classe.
Il funzionamento dell'*habitus di classe* si può paragonare con quello di una squadra di rugby: i giocatori non si devono accordare durante lo svolgimento della partita, ma agiscono comunque in modo coordinato e omogeneo.
Un simile esempio sportivo è stato proposto da Krais e Gebauer, i quali sostengono che questi movimenti e intenzioni non siano altro che contatti sul piano d'azione, che sorgono in modo spontaneo durante l'azione stessa e che costituiscono una sorta di "campo d'azione" dove giocatore e campo si ridefiniscono grazie al loro rapporto reciproco[115].
Questo tipo di *habitus* influenza in modo omogeneo i membri di una classe sociale e li induce che a praticare condotte simili.
Gli atteggiamenti di ogni individuo vengono percepiti nello stesso modo solo da coloro che sono dotati degli stessi schemi percettivi, cioè da *habitus* quantomeno simili, ne deriva che la stessa pratica può essere interpretata in modo completamente opposto da altri agenti sociali.
Ci si potrebbe chiedere se un individuo può provare ad avvicinarsi a soluzioni diverse da quelle indotte dalle proprie disposizioni interiori, in questo caso entra in campo il concetto di traiettoria.
La traiettoria, nella teoria bourdieuiana, è definita come una serie di spostamenti nello spazio sociale e fa parte integrante del sistema dei fattori costitutivi della classe[116].

> Ad un determinato volume di capitale ereditario corrisponde una gamma di traiettorie pressapoco egualmente probabili, che portano a posizioni più o meno equivalenti: si tratta del campo delle possibilità oggettivamente offerte ad un determinato agente sociale [...][117].

115 B. Krais, G. Geauber, *Habitus*..., p. 86.
116 P. Bourdieu. *La distinzione*..., p. 112.
117 *Ibidem.*

Due individui, a partire da una medesima classe sociale di appartenenza, possono giungere a posizioni finali completamente diverse grazie alla traiettoria individuale; la loro posizione finale dipenderà dal loro capitale complessivo tanto quanto dalla loro traiettoria.
Il concetto, precedentemente citato, di trasmissibilità si può ricollegare con la caratteristica della regressività dell'*habitus*, cioè esso,tramite *transfert,* tende a ribadire lo status sociale della traiettoria dell'individuo.
La traiettoria è indubbiamente una forza molto importante nell'individuo, ma questa non potrà mai annullare completamente le disposizioni dell'*habitus*.
L'agente non solo non riuscirà ma nemmeno tenterà di allontanarsi troppo dalle disposizioni del proprio *habitus* e questo lo si deve a meccanismi di aggiustamento che si ritrovano nei campi sociali.
Dice Bourdieu:

> [...] questo lento lavoro di assuefazione o, se preferiamo, di *disinvestimento* (socialmente assistito e incoraggiato), che spinge gli attori ad aggiustare le loro aspirazioni alle loro possibilità oggettive, che li porta in tal modo ad abbracciare la propria condizione, a diventare quello che sono, ad accontentarsi di quello che hanno[118].

Da questo disincantato resoconto bourdieuiano emerge l'importanza assunta dall'*habitus* come uno dei più grandi contributi che Bourdieu ha lasciato ai posteri, poiché la portata innovativa di tale concetto, ancora oggi, contribuisce alla riflessione sociologia.
Bourdieu ha svincolato la sociologia dall'idea che gli agenti siano dominati in maniera imprescindibile dal mondo esterno, aprendo un varco verso le potenzialità dell'individuo. Tale concetto è innovativo a tal punto da far riflettere sociologi lontani sia fisicamente che temporalmente dai suoi scritti.
Nuove ricerche empiriche sono state fatte da quando *La Distinzione* ha visto la pubblicazione e risultati contrastanti mettono oggi in discussione le sue teorie.
I suoi principi non sono più validi o è semplicemente necessaria una nuova contestualizzazione storica e sociale?

118 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 113.

2. LA NUOVA FRONTIERA DEL GUSTO:

IL CONSUMATORE ONNIVORO.

2.1 Un'alternativa alla teoria bourdieuiana

Dopo aver gettato le fondamenta della teoria del gusto di Bourdieu, di cui gli studi di Peterson e della scuola anglo-americana possono considerarsi tanto eredi legittimi quanto antitetici oppositori, disponiamo le seguenti domande:
Alla luce dei nuovi fenomeni socio-culturali come la globalizzazione, l'interpretazione bourdieuiana della disposizione estetica dominante è diventata inesatta o il principio soggiacente è ancora valido?
Sulla base di quanto detto ne *La Distinzione* è ancora possibile considerare il gusto artistico sulla base della teoria bourdieuiana o dobbiamo valutare un ritorno verso un moderno e democratico neo-universalismo kantiano?
I consumi nel 2013 sono indubbiamente cambiati, ma come?
Visti i nuovi orizzonti del gusto possiamo pensare ai recenti indirizzi sull'onnivorismo culturale come un passo successivo, e più amplio nei contenuti, della teoria bourdieuiana?
A queste e ad altre questioni cercherò di dare risposta nelle pagine seguenti.
Alla base di queste ricerche troviamo Richard Peterson, studioso di origine statunitense, che è stato nominato docente emerito di sociologia alla *Vanderbilt University* di Naschville nel Tennessee, ed è stato presidente fondatore della sezione cultura della *American Sociological Association* nel 1986. La sua dipartita è molto recente e risale al 5 febbraio 2010.
Egli fu profondamente influenzato dall'innovazione che Bourdieu mise in atto attraverso la sua analisi dei consumi culturali analizzati come fossero pratiche ordinarie, pur tenendo sempre conto della loro particolarità, e dalla sua approfondita ricerca sul campo.

Peterson ha difatti affermato: *Bourdieu's Distinction has been very influential both in demonstrating how cultural taste can be investigated and in going beyond the empirical data of the survey and theorizing the links between taste, social status and class*[119].
La Distinzione è stato un testo basilare per Peterson poiché è proprio a partire da questo testo che si è sviluppato un contrasto nei confronti dell'idea moderna secondo la quale, attraverso la coltivazione del gusto, noi saremmo capaci di superare le particolarità e le divisioni e approcciare a ciò che sarebbe comune a tutti.
Peterson, nel suo saggio del 2005 intitolato *Problem in comparative research. The example of omnivorousness,* afferma che:

> *Distinction, together with the other works by Bourdieu and his colleagues, was singularity important for two reasons. For the first time it provided a theoretically grounded way to conceptualize the links between taste, status, and social class. Second, the work was based not on speculation or on the observation of small formations, but on a sophisticated survey questionnaire. Bourdieu's carefully documented survey design has greatly facilitated replications of the study*[120].

Anche se *La Distinzione* ha avuto un ruolo molto importante nella formazione del pensiero petersoniano, egli già conosceva e stimava Bourdieu grazie ai suoi lavori antropologici in Algeria. A detta del suo più noto studente, Paul DiMaggio, Peterson ha contribuito fortemente alla diffusione del lavoro di Bourdieu oltreoceano, grazie alla riformulazione che egli fece dei temi presentati ne *La Distinzione*; i due si sono inoltre conosciuti, seppur per un breve periodo, nel 1991 a Parigi.
But we may say that Peterson has contributed a great deal to the revitalization of the field, first by offering a strong alternative hypothesis to Bourdieu's theory of the social determinants of cultural taste, and second by showing that much sociological work

119 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 40.
120 R. A. Peterson, *Problems in comparative research*, in *Poetics,* vol. 33, Ottobre-Dicembre 2005, p. 258.

could still be done in this area, with the aid of a large mass of official data[121].
I nuovi scenari di globalizzazione, consumismo e usacentrismo hanno indubbiamente influenzato la prospettiva con cui lo studioso statunitense si è approcciato all'indagine empirica di Bourdieu.
La globalizzazione avversa la teoria bourdieuiana; in un mondo dove ognuno è libero di connettersi con chiunque e in qualunque momento è ancora possibile pensare a una divisione di classe così netta come la intendeva il sociologo?
Per quanto riguarda lo spirito americanista e il dilagante *boom* economico che ha profondamente caratterizzato gli anni '60 e '70, lo stesso periodo in cui Peterson ha effettuato le sue ricerche, non posso che citare una frase oramai celebre, al limite dello stereotipo:

> Quel che c'è di veramente grande in questo paese è che l'America ha dato il via al costume per cui il consumatore più ricco compra essenzialmente le stesse cose del più povero. Mentre guardi alla televisione la pubblicità della Coca Cola, sai che anche il Presidente beve Coca Cola, Liz Taylor beve Coca Cola, e anche tu puoi berla. Una Coca Cola è una Coca Cola e nessuna quantità di soldi ti farà avere una Coca Cola migliore di quella che sta bevendo il barbone dietro l'angolo. Tutte le Coca Cola sono uguali e tutte le Coca Cola sono buone. Lo sa Liz Taylor, lo sa il presidente, lo sa il barbone e lo sai tu[122].

Grazie alla nota affermazione del maggiore esponente della pop-art prendiamo consapevolezza del fatto che, forse, mangiare del *sushi* o del *Pot-au-feu*[123] non crea più frazionamenti e relativi ordinamenti perché tutti, o quantomeno un numero di individui decisamente maggiore rispetto ai tempi degli studi di Bourdieu, può consumare gli

121 M. Santoro, *Culture As (And After) Production,* in *Cultural Sociology, 2008,* p. 14.
122 A. Warhol, *La filosofia di Andy Warhol da A a B e viceversa*, Abscondita, Milano 2009, p. 86.
123 Vedasi pag. 22 del presente elaborato.

stessi prodotti.
Ci viene dunque spontaneo domandarci se la “macchina industriale” abbia distrutto i meccanismi tipici della distinzione bourdieuiana o se li stia semplicemente cambiando.
Dobbiamo inoltre considerare che Peterson ha lavorato in un contesto profondamente diverso da quello in cui Bourdieu ha elaborato le sue teorie; ci muoveremo quindi con una costante attenzione nei confronti delle eventuali somiglianze e discrepanze fra i due paesi.
Tornando alla precedente citazione è bene precisare che non mi riferisco solo a cibi e bevande, ma anche alla cultura artistica in senso stretto la quale, nel 1982, iniziava ad essere resa usufruibile su larga scala sia tramite i cosiddetti nuovi mezzi di comunicazione di massa, che grazie a un'estetizzazione svincolata dal solo oggetto artistico e applicabile a quasi ogni ambito della vita in un fenomeno sempre più cospicuo, definito da Birgit Eriksson come una *general aesthetics turn* [124].
Consapevole di questi cambiamenti in atto, Peterson indaga dunque il fenomeno del gusto musicale cercando di capire se l'espansione del giudizio estetico in generale abbia generato una neo-democratizzazione, un appiattimento dei gusti, oppure l'eliminazione delle gerarchie distintive bourdieuiane.
Secondo il mio parere la ricchezza del già citato saggio della Eriksson, e in generale della teoria del consumatore onnivoro petersoniana, si ritrova anche nel superamento dell'apparente connubio tra la globalizzazione artistica e l'abbassamento qualitativo e quantitativo del gusto estetico individuale.
Il preconcetto secondo il quale *consumare di più* coincida con il *consumare peggio* è radicato sia nel pensiero comune che in quello più acculturato, a tal punto che difficilmente si riesce ad andare oltre questa barriera; questi studi tuttavia ci danno invece la possibilità di vedere la questione secondo una diversa prospettiva.
L'idea dell'ampliamento del gusto rimanda inoltre a concetti dominanti nell'analisi bourdieuiana.
Riporto qui a seguire, significative parole del sociologo a riguardo:

> Nulla c'è nulla che distingua in modo altrettanto rigoroso […] della capacità di costituire in forma estetica oggetti qualsiasi o addirittura

124 B.Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 39.

> "volgari" (perché tratti in forma estetica o no, dal "volgo") o di applicare i principi di un'estetica "pura" nelle scelte più ordinarie, per esempio in materia di cucina, di abbigliamento o di arredamento[125].

Detto questo, però, quanto sia estendibile il gusto del consumatore onnivoro sarà tutto da verificare nelle pagine successive; questo denso ragionamento è infatti il punto d'arrivo del presente elaborato e verrà dunque ripreso, nel tentativo di formulare un pensiero conciliante e riassuntivo, nella parte conclusiva.
Va ricordato che Richard "Pete" Peterson è stato, inoltre, molto vicino al noto filone sociologico dei *Cultural Studies,* egli fu indubbiamente uno dei primi studiosi americani ad accogliere le idee di questo gruppo e ad integrarle nel proprio lavoro.
La corrente britannica dei *Cultural Studies* ha anch'essa giocato un ruolo importante nella definizione della teoria onnivora e Peterson ha spesso incluso la scuola di Birmingham tra le sue fonti principali di ispirazione.
Gli studi culturali sono emersi in Inghilterra negli anni '60 e, più precisamente da quando si sono istituzionalizzati nel *Centre for Contemporary Cultural Studies* di Birmingham attorno alle figure di Raymond Williams e, in modo ancor più considerevole, di Stuart Hall[126]. Le figure associate al nome di questa scuola sono numerose ma si basano tutte sul rifiuto della universalità del giudizio estetico e sulla volontà di attuare un processo di comprensione delle effettive realtà che popolano la cultura del mondo contemporaneo[127].
By analysing different cultures and relating taste to social interests, ideology and power, the Cultural Studies tradition detached itself from the basic aesthetic principles of disinterestedness and commonness.[128].
Un altro punto in comune fra la scuola inglese e il sociologo francese si può ritrovare nella definizione di cultura come elemento totalizzante di ogni esistenza e non solo relegato all'arte cosiddetta legittima.
Tornando a Peterson, egli è noto per due importanti contributi nel campo della sociologia della cultura: l'idea della "produzione di cultura" (*production of culture*) e la

125 P. Bourdieu, *La distinzione...*, p. 35.

126 L. Grossberg, *Insorgenze degli studi culturali*, in *Studi Culturali*, vol.2, Milano 2012, p. 164.

127 *Ibidem.*

128 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 38.

teoria del consumatore onnivoro che andremo a definire nel dettaglio.
Queste due tematiche sono l'una legata all'altra in base alla seguente visione petersoniana: *every act of consumption is also an act of meaning creation and therefore of symbolic production*[129].
L'idea della *production of culture*, più comunemente nota come *PdC o PofC*, segue un indirizzo diverso ma parallelo rispetto alla teoria onnivora: la prima teoria si occupa, appunto, della produzione della cultura, mentre la seconda ne analizza il consumo.
La tesi del consumo onnivoro di Peterson è stato un successo anche più grande di quello ricavato dal suo lavoro sulla produzione culturale.
Tutta l'opera del sociologo ha come *fil rouge* il tema della musica, e lui stesso era un musicista jazz di discreto successo, ma come mai la scelta di questo settore culturale?
Percorrendo il doppio binario Peterson-Bourdieu, non possiamo non notare come l'indagine dei gusti musicali petersoniana appaia riduttiva se confrontata con l'imponente mole di dati, proveniente da ogni settore, raccolti dal sociologo francese.
Tutta la teoria sul consumatore onnivoro è stata formulata, difatti, a partire da una ricerca empirica volta a indagare esclusivamente i gusti del consumatori relativi all'ambito musicale.
La scelta apparentemente riduttiva dello studioso americano deriva invece, sia dalla sua personale passione per la musica, che dalle caratteristiche uniche e intrinseche che il solo genere musicale presenta.
Sin dal 1965, Peterson ha rilevato che il centro di produzione della musica country era solo a pochi isolati dal campus della *Vanderbilt University,* e ha dunque iniziato una ricerca scientifica per esplorare lo sviluppo della musica country e le ragioni per cui Nashville è stata scelta tra altre città come centro del settore[130].
Gli studi sociologico-musicali di Peterson si svilupparono a partire dagli anni '70, quando si dedicò alla scrittura di alcuni articoli incentrati sul *jazz* e sulla *popular music*, spesso in collaborazione con altri docenti dell'ateneo americano[131].
La scelta della musica come campo privilegiato di studio fu decisamente felice, sia perché questa sfera era già una delle principali forze culturali capaci di influenzare tanto

129 M. Santoro, *Culture As (And After) Production...,* p. 13.
130 M. Santoro, *La cultura come produzione, intervista a Richard A. Peterson*, in *Studi Culturali*, vol.3, Bologna 2007, p. 475.
131 Vedasi R. A. Peterson e D. Berger, *Entrepreneurship in organization: evidence from the popular music industry*, in *Administrative Science Quarterly*, Michigan 1971.

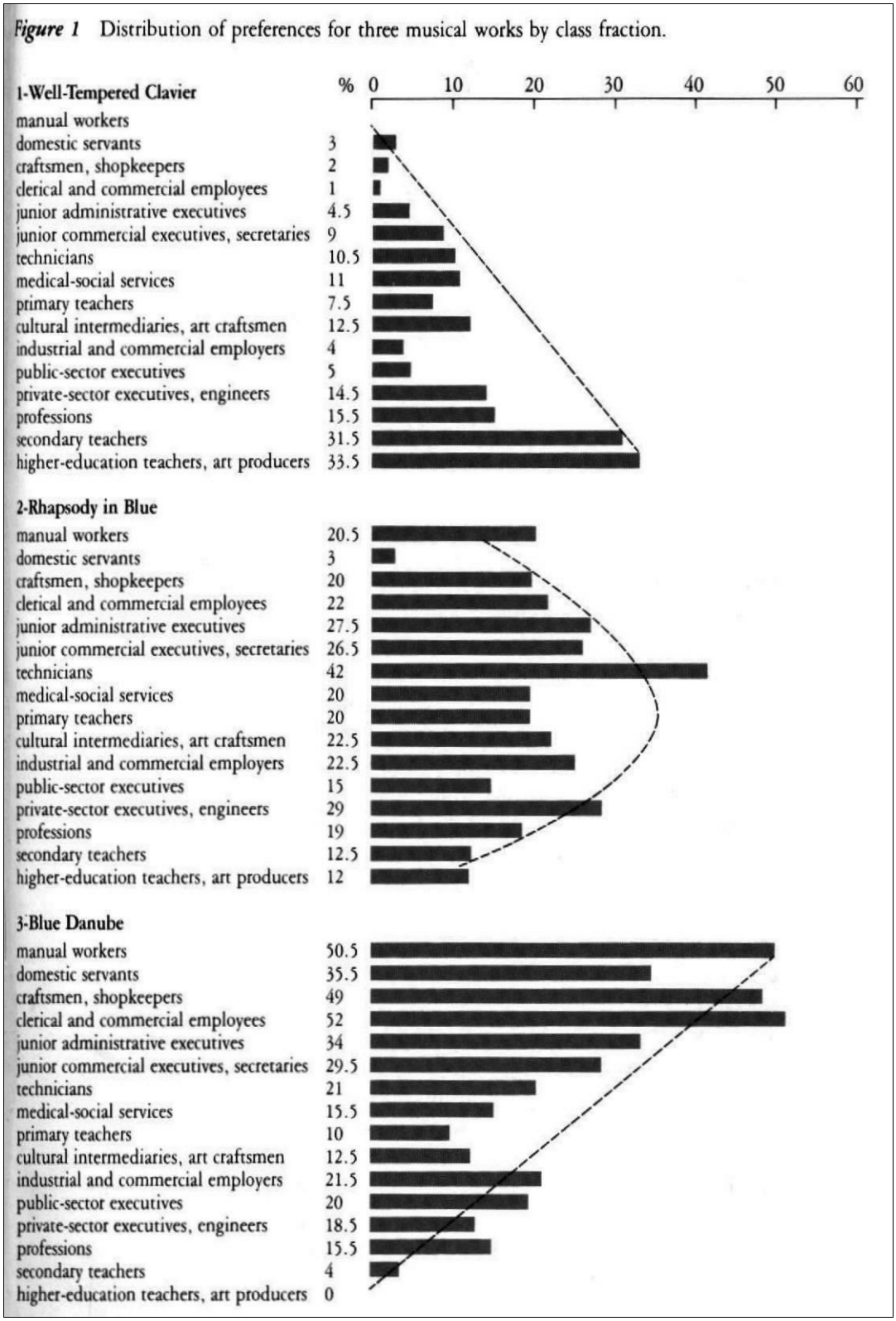
la gente comune quanto le *élite*, sia perché essa costituisce indubbiamente un ambito particolarmente congeniale e strategico per studiare e rendere quindi più comprensibile il funzionamento della cultura e dell'industria culturale nel suo complesso[132].
La musica ha quindi un certo potere di persuasione, derivante sia dal suo impatto fortemente quotidiano con ognuno di noi, sia per la lunga e ricca storia che essa porta con sé.
La musica non solo è una parte molto importante dello spazio sociale, ma è anche un importante *medium* comunicativo di coesione, e quindi di differenziazione.
L'arte della sonorità è sempre stata presente nella storia dell'umanità, forse ancor prima della parola, come se l'uomo non potesse farne a meno; quella di Peterson appare dunque come una scelta tanto risolutiva dal punti di visto accademico quanto rappresentativa della sua persona.
E' interessante pensare come la scelta, più o meno consapevole, dell'indirizzo musicale intrapreso da Peterson crei un'evidente scarto con Bourdieu, il quale etichettava chiaramente la musica country come una forma limitata all'estetica popolare.
Consideriamo poi gli anni in cui lo studioso americano iniziò a concretizzare i suoi studi musicali (n.b. gli anni '70), che sono considerati esperti come il decennio in assoluto più fruttuoso di tutta la storia della musica; come si poteva dunque non considerarla come un ottimo indice per misurare le tendenze in atto nella società contemporanea?
The importance of music to group identity and social differentiation, then, suggests that musical taste provides a good test for questions about symbolic boundaries[133].
Music genre chioces were chosen as the best single measure of status-ranked taste in the Unitedd States because, in line with Bourdieu's prediction, they showed the greatest interrater reliability and stability over time[134].
Anche il sociologo francese ne *La Distinzione* aveva dedicato un discreto spazio all'analisi dei gusti musicali, poiché egli stesso si rendeva conto del valore intrinseco di quest'arte; scrisse infatti:

132 M. Santoro, *La cultura come produzione...,* p. 473.
133 B. Bryson, *Anything but not Heavy Metal: symbolic exclusion and music dislikes*, vol.102, in *American sociological review*, Sage Publication, Chicago 1996, p. 885.
134 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 265.

> Ma c'è anche il fatto che l'esibizione di una "cultura musicale" non è uno sfoggio culturale come gli altri: nella sua definizione sociale, la "cultura musicale" è una cosa diversa da una semplice somma di conoscenze e di esperienze, congiunta alla capacità di discuterne.[...] La musica rappresenta la forma più radicale e più assoluta di quel discernimento del mondo, e soprattutto del mondo sociale, che l*ethos* borghese si attende da tutte le forme di arte[135].

Secondo l'analisi bourdieuiana anche la musica si inserisce in un sistema simbolico di classificazioni, ma va ricordato che i gusti riconosciuti come legittimi in materia musicale e coesistenti nella Francia del 1970 erano, però, solamente la musica classica e l'opera.
Nei suoi questionari Bourdieu non interrogava sul se e/o quali generi musicali interessassero al rispondente, bensì quanti e quali compositori musicali gli fossero noti; tra questi figuravano, ad esempio, *Le quattro stagioni*, *La Traviata* e *L'Arlesiana*.
Nel grafico sottostante Bourdieu ci propone la suddivisione delle varie classi sociali in base alle loro preferenze musicali.
Il *clavicembalo ben temperato* è associato, secondo Bourdieu, al gusto per le opere legittime; questo tipo di interesse musicale aumenta con il livello scolastico e viene fruito, con una percentuale quasi del 40%, da professori e produttori artistici.
Gli operai e i domestici, al contrario, mostrano una percentuale di gradimento molto bassa per il componimento sinfonico di Johan Sebastian Bach.
Il *gusto medio* è associato alla *Rapsodia in blu*, opera dello statunitense George Gershwin, considerata minore da Bourdieu poiché è un brano che fonde sonorità *jazz* e *blues*.
Il gusto medio, in generale, comprende le opere minori delle arti maggiori e le opere maggiori delle arti minori, ed è fruito principalmente dalla classe borghese.

135 P. Bourdieu, *La distinzione*..., p. 13.



Img. 4. P. Bourdieu, Distribuzione in base alla frazione di classe delle preferenze per tre opere musicali.

Vi è infine il gusto popolare, il quale è rappresentato dal *Danubio Blu,* cioè un'opera colta finita per essere altamente svalutata a causa della sua eccessiva divulgazione nelle classi inferiori. Questa tipologia di musica viene fruita principalmente da operai, piccoli commercianti e impiegati, i quali non hanno alcun tipo di pretesa artistica nei confronti di ciò che stanno ascoltando.

I tre profili ottenuti da Bourdieu sono rappresentativi della situazione francese che egli ha indagato: gli individui appartenenti a ogni segmento sociale, pur nella vastità dei generi musicali esistenti, usufruiscono di una sola tipologia ben definita; inoltre essi non si avvicinano, nemmeno in una percentuale molto bassa, a generi diversi da questa.

I questionari bourdieuiani verranno successivamente ripresi, e tenuti in considerazione, nell'elaborazione di indagini successive come, ad esempio, l'*Enquete sur les pratiques culturelles des Francasis* (EPCF) del 2008.

Questa distribuzione dei gusti in base alla gerarchia di classe può valere anche per il terreno d'indagine di Peterson: gli Stati Uniti?

Nonostante le grandi differenze, ritengo tuttavia che tra gli studi di Peterson e quelli di Bourdieu si ritrovino molti più punti in comune rispetto a quanto ci si potrebbe aspettare di trovare in un primo momento.

Appare utile osservare la teoria del gusto, proposta dai due studiosi, sotto una diversa prospettiva cioè spostandosi dalla linea Peterson-Bourdieu a quella USA-*France*.

Sorge quindi spontaneo domandarsi se e quanto la classificazione dei generi musicali, e più ampiamente la gerarchia delle arti, varino in funzione del ruolo dello Stato e della composizione della società.

France is pictured as the country of highbrow culture, characterized by a population of distinguished connoisseurs and elitist cultural institutions backed up by the French State through a centralized "politique culturelle" [136].

Il ruolo dello Stato francese, sia nella formazione del gusto tramite l'educazione che nella produzione e fruizione della cultura, è più manifesto e paternalistico rispetto agli USA.

D'altronde anche gli Stati Uniti esibiscono notoriamente grandi diversità con l'Europa e con il resto del mondo, legate soprattutto alla grande varietà socio-culturale che l'immigrazione, fenomeno generatore della cultura statunitense, ha prodotto.

136A. Christin, *Omnivores Versus Snobs? Musical Tastes in the United States and France,* vol. 40, in *Working Paper*, Princeton University 2010.

La studiosa americana Angèle Christin, che da sempre ha lavorato nel campo della sociologia della cultura e che ha condotto un confronto statistico nei confronti del gusto estetico e della partecipazione culturale negli Stati Uniti e in Francia, sostiene che:

> *To summarize, although the United States and France have differing structural features, the literature documents very similar musical hierarchies in the two countries. A direct comparison of the structure of musical tastes in the United States and France should find similar classifications of musical genres according to their degree of legitimacy. Classical music, opera, and jazz should be highbrow musical genres in the two countries*[137].

Questa continuità di classificazioni gerarchiche musicali si deve principalmente all'importazione dei modelli della cultura alta europea negli Stati Uniti alla fine del XIX secolo, i quali hanno creato con successo una cultura "legittima" a base di musica classica e lirica[138].

I due generi sopracitati, insieme alla musica *jazz,* sono inoltre associati ad un alto status socio-economico, sia negli Stati Uniti che in Francia; ciò vuol dire che per poter usufruire di questi generi musicali è necessario avere una certa disponibilità di reddito e una certa posizione sociale.

Bisogna considerare che la Francia, e in generale il Vecchio continente, godono di una tradizione artistica tanto antica quanto radicata, e questa non è invece presente in America o, perlomeno, non appare altrettanto consolidata.

Nelle ricerche di Peterson, e dei suoi colleghi, la teoria del sociologo francese assume la dicitura di "ipotesi della distinzione", mentre alla definizione di individui appartenenti alla frazione della classe dominante ben si associa il concetto di cittadino intellettuale

137 A. Christin, *Omnivores Versus Snobs?...,* p. 7.

138 P. DiMaggio, *Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students*, in *American Sociological Review*, vol. 47, Vanderbilt Place 1982, pp. 189-201.

snob.

La classe dominante di cui parla Bourdieu, vent'anni dopo la sua definizione ne *La Distinzione*, venne connotata come "*highbrow snob*" o *intellettuali esclusivisti*, cioè individui appartenenti ai gradini più alti della gerarchia sociale che si avvicinano esclusivamente a beni, artistici e non, adatti al proprio *status* sociale.

Secondo Peterson lo snobismo si basa fondamentalmente su rigide regole di esclusione come, ad esempio: "*It is de rigueur to like opera, and at the same time country music is an anathema to be shunned.*"[139].

Un individuo *snob* attua sistematicamente un'esclusione selettiva in materia di gusti e attività perseguite; tutto cioè che è popolare, o anche solo considerato "di livello medio", non viene preso in considerazione e, anzi, esso viene evitato.

L'intellettuale *snob* è colui che non si avvicina ad alcuna attività che sia bassa o media perché ritiene che non sia alla sua altezza, e non va assolutamente confuso con quello che Peterson definisce *slob,* uno *snob* di basso rango che non vuole, ma nemmeno riesce, ad avvicinarsi a gusti diversi da quelli popolari.

I colti individui *snob* sono, invece, perfettamente consapevoli delle diverse tendenze musicali che li circondano e il denigrarli è una loro precisa volontà.

Secondo il mio parere Bourdieu avrebbe condiviso questa decisa affermazione petersoniana sull'impossibilità della fruizione congiunta di melodrammi e di musica popolare da parte di un membro della classe dominante.

Viceversa, la classe operaia difficilmente si accosterà all'opera classica, generando quindi una distinzione netta e funzionale al mantenimento dell'ordine sociale.

E' bene precisare che la figura dello *snob* intellettuale non si ritrova solo nella rielaborazione della teoria bourdieuiana ma anche in sociologi successivi come, ad esempio, Raymond Murphy il quale definirà la chiusura *snob* "ostile"[140].

Basandosi sulla propria ricerca, ma anche su dati provenienti dall'Europa e da altri continenti come l'Australia, Peterson sostiene che il fenomeno dell'onnivorismo è molto più radicato nel continente americano rispetto al resto del mondo.

A school in comparative research additionally argues that cultural symbolic boundaries are on the whole weaker in the United States than in France: the American upper-

139 R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore*, in *American sociological review,* vol. 61, Vanderbilt Place 1996, p. 903.

140 Vedasi R. Murphy, *Social closure: the theory of monopolization and exclusion*, Clarendon Press, Oxford 1988.

middle class is more tolerant than its French counterpart[141].
In alternativa si potrebbe considerare l'ipotesi per la quale il modello *snob* non si trova con frequenza negli USA perché può aderire solo nei paesi occidentali in quanto luogo di nascita e formazione di questa condotta esclusivista.
"*Perfect snobs are now rare in the United States*"[142], disse Peterson per quanto riguarda la condizione degli intellettuali oltreoceano; pare infatti che questa tendenza sia tipicamente eurocentrica e poco riscontrata nella popolazione americana.

> *Perfect snobs are now rare in the United States [...] in our national sample of 11.231 we found just 10 highbrow respondents in 1982 and 3 in 1992 who said they did not like a single form of low-middlebrow music.*[143].

Gli intellettuali *snob* americani sono dunque rarissimi e, oltretutto, in rapida diminuzione.
D'altro canto gli intellettuali sono, sì meno esclusivisti, ma anche meno colti rispetto ai loro omologhi francesi.
Michèle Lamont shows that American upper-middle-class men make less use of high culture than do their French counterparts when constructing social boundaries and that both sets of people use several valued forms of culture[144].

La nota docente del dipartimento di sociologia presso l'università di Harvard ha inoltre condotto uno studio comparativo in quattro città, due in America e due in Francia, due grandi centri e due piccole città; e ha riscontrato una presenza discreta di intellettuali s*nob* nella sola Parigi.
Tornerò successivamente su questa problematica dell'onnivorismo visto dall'ottica di un calo del capitale culturale complessivo della classe intellettuale e sul fenomeno dello snobismo.

141A. Christin, *Omnivores Versus Snobs?...,* p. 4.
142 R. A. Peterson e R. Kern, *The rise and fall of highbrow snobbery as a status marker,* in *Poetics*, Elsevier, Amsterdam 1997, p. 7.
143 R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 900.
144 B. H. Erickson, *Culture, Class and Connection...,* p. 219.

Sebbene l'ambito dei gusti musicali possa virare in un discorso volto ad analizzare l'azione politica di uno Stato, per quanto riguarda la sua formazione e distribuzione, Peterson si discosta da questa strada, assumendo piuttosto un atteggiamento più neutrale e scientifico.

This "depoliticization" of cultural analysis was deliberate and strategic in two ways: first, because it helped to legitimize the study of culture in the sociological mainstream of the day, and second, because it helped clarify how it was possible to study aesthetic issues sociologically, without slipping into the frame of reference of other disciplines[145].

Dopo aver definito la figura di Peterson, il suo punto di vista nei confronti della teoria bourdieuiana e la sua definizione di intellettuale snob etc., dedicherò le pagine seguenti a un'analisi delle indagini petersoniane.

Peterson condusse personalmente tre sessioni di ricerca attraverso questionari, rispettivamente nel 1982, 1992 e, infine, nel 2002.

Questa cadenza decennale si propone di indagare l'andamento del fenomeno dell'onnivorismo attraverso gli sviluppi inevitabili che si generano in un arco di tempo lungo un trentennio.

Pur nella difficoltà da me riscontrata nel reperire i questionari originali e ulteriori dati specifici, mi dedicherò ora all'analisi delle indagini empiriche svolte da Peterson, a partire dal criterio soggiacente alla loro formulazione fino a giungere all'analisi dei risultati.

145 M. Santoro, *Culture As (And After) Production...,* p. 10.

2.2 Le prima indagini: 1982

Le indagini relative ai gusti musicali della popolazione americana, iniziati appunto nel 1982, avevano come obiettivo quello di misurare le preferenze dei cittadini basandosi su ciò che essi stessi dichiaravano essere i loro generi preferiti.
E' importante precisare che, nella sue prime indagini del 1982 e del 1992, Peterson collaborò con Roger M. Kern, anch'egli docente della *Vanderbilt University;* anche se il suo contributo appare minore rispetto a quello del già citato autore.
Peterson collaborò spesso con altri colleghi docenti e, alcuni nomi da ricordare sono Albert Simkus, con il quale scrisse il noto saggio "*How musical tastes mark occupational status groups*" nel 1992, e Gabriel Rossman, con il quale collaborò per la stesura dell'articolo "*Changing arts audiences: capitalizing on omnivorousness"*, nel 2006.
The data come from the Survey of Public Participation in the Arts, which polled two national area probability samples of persons over age 18, one in 1982 and other in 1992, the surveys were conducted by the U.S. Bureau of the Census for the National Endowment of the Arts.[146][147].
L'obiettivo di queste indagini era quello di esplorare la partecipazione americana alle arti, comprese le loro preferenze musicali.
Although the SPPA survey has been conducted every 5 years since 1982, only the ones conducted in 1982, 1992 and 2002 have been done by the U.S. Bureau of the Census as a supplement to a larger national survey, the National Crime Survey (the former two) and the Current Population Survey[148].
Surveys conducted in 1985 and 1997 are not comparable to the three samples selected due to different reasons: the former because it was aborted before finalizing the fieldwork and the latter because it was administered by a different survey organization[149].

146 R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste...,* p. 900.
147 Per una descrizione più dettagliata dei dati SPPA vedasi J.B. Robinsons, *Public participation in the Arts: Final report on the 1982 Survey*,1985, oppure il sito web del *National Endowment for the Arts* http://www.nea.gov/pub/ResearchReports.html.
148 J. López-Sintas, A. Torres, K. Zerva, *Are Americans' Musical Preferences More Omnivores Today? Yes but not everyone*, UAB , Universitat Pompeu Fabra - Faculty of Economic and Business Sciences and University of Barcelona, Barcellona 2007, p. 9.
149 *Ibidem.*

The 1982 survey collected data from 17,254 U.S. households, 12,736 for the 1992 survey and 17,135 for the 2002 survey[150].

Aver avuto a disposizione queste tre indagini è stata per Peterson una grande opportunità poiché ha potuto lavorare su dati coerenti, essendo stati raccolti dalla stessa agenzia statistica, e questo ha reso più facile l'analisi del fenomeno onnivoro, nonché la possibilità di valutare la sua effettiva durata nel tempo.

Survey had the following overall respond rates: 85 percent for 1982 (25% conducted over phone), 80% for 1992 (80% conducted over phone), and 70% for 2002 (90% over phone)[151].

La lista presentata ai soggetti dell'inchiesta era comprensiva di 18 generi musicali, appartenenti a forme culturali alte, medie e basse, tra i quali spiccano la musica classica, la lirica, il *jazz*, il *reggae*, il *rap*, l' elettronica / *dance music*, il *rock* e l' *heavy metal*.

Ho citato alcune delle alternative selezionabili dal rispondente per mostrare come esse fossero tutte contrastanti fra di loro, in modo da creare distinzioni fra nette e percepibili fra i generi musicali.

Le forme musicali presentate nei questionari sono state riproposte in maniera identica sia nel 1982 che nel 1992 nel 2002 e sono state pensate per essere note a tutti i rispondenti; i generi non dovevano essere, quindi, né troppo recenti né sconosciuti perché troppo di nicchia o perché non più ascoltati dai più.

La scelta è ricaduta sia sulle principali correnti musicali che hanno attraversato il XX secolo che sui grandi classici noti alla popolazione essendo considerati patrimonio culturale comune.

I generi musicali considerati popolari sono, ad esempio, la musica *country*, il *gospel*, il *rock*, il *blues* e il *bluegrass;* mentre quelli mediamente colti comprendono la musica leggera e i *musical di Broadway*.

La musica considera "alta" è composta, invece, dalla musica da camera, dalla musica classica e, in generale, da tutta la produzione operistica. Sia nel 1982 che nel 1992 le indagini hanno indagato le preferenze anche di anche altre forme musicali come il *barbershop*, il *new age* e la musica commerciale, ma queste sono state escluse dall'analisi finale poiché i dati erano parziali e relativi solo a un anno su due.

150 *Ibidem*.
151 *Ibidem.*

Jazz was included on both years, but it was not put in either of the scales because, while its roots are clearly howbrow, it is now taught in conservatories of music as highbrow and largely consumed as middlebrow, and survey data has clearly shown an unusualy diffuse evalutaton of what is called "jazz" by different people[152].

L'idea di creare una gerarchia dei generi musicali è, secondo molti intellettuali del settore, scomoda e inappropriata ma diviene necessaria sia per un'analisi che risulti sia leggibile che comparabile.

Un genere musicale è solitamente considerato legittimamente "alto" quando è generalmente percepito come complesso, nel senso che esso richiede studi e capacità specifiche nonché una certa attenzione nei confronti di forma e contenuto.

L'approccio all'indagine attuato da Peterson, cioè indagare le preferenze in base a una scala di gradimento compilata dai rispondenti, fu considerato inadeguato da altri sociologi a lui contemporanei, poiché essi ritenevano che il consumatore non fosse in grado di dare autonomamente un corretto resoconto delle proprie preferenze.

Un lungo dibattito relativo al gusto percepito e al gusto effettivo si annida dietro questi due differenti approcci, mi limerò quindi a esporre la posizione che ha portato il sociologo statunitense ad adottare questo tipo di formulazione.

Relativamente agli studiosi contrari all'approccio petersoniano mi riferisco, in particolare, a Lopez Sintas, anch'egli studioso del fenomeno dell'onnivorismo in ambio spagnolo[153], il quale ha proposto un questionario basato non sulle preferenze dichiarate, bensì sulla concreta partecipazione a concerti, eventi *live*, la lettura di uno specifico giornale, l'acquisto di dischi, etc., cioè tutte attività strettamente legate al consumo.

La motivazione teorica che spinge questa critica è che la partecipazione effettiva alle pratiche artistico-musicali potrebbe riflettere i gusti in modo più concreto e rappresentativo.

As stated, omnivorousness has to do with the number of different activities or tastes chosen,but it has nothing to do with the number of times (or the amount of time) a respondent is involved in activities [154].

Bisogna inoltre tenere in considerazione il fatto che un singolo individuo, magari della

152 R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 900.
153 Vedasi L. Sintas, *Omnivores Show up Again: The Segmentation of Cultural Consumers in Spanish Social Space*, vol. 18, in *European Sociological Review,* Oxford 2002, pp. 353-368.
154 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 263.

classe operaia, può apprezzare molti generi musicali, ma non avere sufficiente capitale economico per poter partecipare in prima persona a concerti o acquistare cofanetti *compact disc*. Un'indagine basata sui consumi non solo non è rappresentativa per quanto riguarda le classi più basse, ma non lo è anche per quelle più agiate; questi agenti probabilmente non avranno abbastanza tempo da dedicare a ogni genere musicale che li interessa. Anche l'età contribuisce a rendere difficile la partecipazioni alle arti da parte dei soggetti più anziani, indipendentemente dalle preferenze e dai gusti individuali, quindi un sondaggio basato sulla partecipazione taglierebbe fuori una fetta importante di agenti sociali.

L'essere consumatori onnivori, inoltre, non presuppone necessariamente una conoscenza approfondita di tutti i generi dichiarati nel questionario come "graditi", bensì si fonda sull'atteggiamento aperto verso l'esplorazione di molti contenuti musicali anche diversi; di conseguenza la misurazione dell'onnivorismo si è basata, in primo luogo, sull'ampiezza di gusti culturali.

La proposta di Sintas comporta dunque complicazioni, legate al coinvolgimento del denaro e della gestione del tempo, che Peterson non ritiene necessario affrontare per impostare la sua ricerca.

Peterson, successivamente, complica ulteriormente la questione:

> [...] *If one is interested in measuring taste as we are here, respondents'self-reports of their preferences seem a more direct measure of the way they use art in shaping identity and symbolically announcing their place in the world. A researcher may legitimately be interested in such responses whether they are true for the individual or only conventional within a group at a particular time*[155].

Gli intervistati sono dunque, in parte, influenzati nelle loro risposte e cercheranno di

155 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 265.

avvicinare i loro gusti individuali a quella che credono essere la risposta socialmente corretta.
Letti in questa prospettiva i dati degli intervistati del 1982 riflettono una tendenza abbastanza diffusa a dichiarare un coinvolgimento nei confronti delle arti colte, mentre i rispondenti del 1992 ritenevano che fosse più adatto esprimere un coinvolgimento più allargato.
Anche se i dati raccolti non riflettono limpidamente le preferenze degli individui, il sociologo statunitense li ha studiati e analizzati per quello che sono: un *melange* tra ciò che è e ciò che dovrebbe essere.
Peterson ha dichiarato un apprezzamento nei confronti della metodologia adottata da Bourdieu poiché egli è riuscito a giungere a una dichiarazione delle preferenze più aderente alla realtà attraverso questionari strutturati con domande non dirette per arrivare a sapere quali erano le forme culturali con cui i rispondenti avevano dimestichezza.
E' comunque innegabile il fatto che una ricerca volta a individuare la frequenza della partecipazione nel tempo libero in relazione con il gusto onnivoro sarebbe, oltre che interessante, anche risolutiva per quanto riguarda questa diatriba.
Secondo la teoria della distinzione bourdieuiana i risultati delle analisi sarebbero stati i seguenti: i rispondenti appartenenti alla classe dominante avrebbero scelto unicamente la lirica, i borghesi un'opera sempre classica ma minore, mentre i popolani la musica leggera; eppure i risultati di questa inchiesta oltreoceano danno risultati apparentemente contrastanti.
Peterson propone una nuova prospettiva per quanto riguarda le relazioni tra gusto e stratificazione sociale, vale a dire l'ipotesi dell'onnivoro culturale.
Per giungere alla definizione di questa teoria Peterson e Kern hanno, prima di tutto, osservato i questionari dei rispondenti considerati colti e, successivamente, hanno accostato i dati relativi alle loro preferenze con gli altri intervistati.
Gli autori hanno selezionato i membri appartenenti alla categoria degli intellettuali, o *highbrows*, basandosi non sui titoli di studio ma considerando solo coloro che dichiaravano la musica classica o l'opera come il loro genere musicale preferito.
I due studiosi hanno poi contato il numero medio dei generi medi e bassi graditi dagli intellettuali e hanno nuovamente confrontato i dati con le risposte dei non-intellettuali.

Grazie a questo confronto incrociato è risultato evidente che i nuovi agenti dominanti, alle soglie del XXI secolo, non si limitano più a saggiare il loro raggio d'azione culturale alle vicinanze inscritte nel loro *habitus,* ma si estendono verso nuovi orizzonti artistici.

L'altro aspetto che questi dati attestano è il fatto che l'onnivoro culturale è caratteristicamente più dotato sia di capitale economico che di capitale culturale, e si oppone al consumatore medio-basso definito, proprio in base alla sua limitata apertura, come monotematico.

Al versante opposto del consumatore onnivoro si situa appunti l'individuo "univoro"; il termine non è usato nell'italiano corrente e lo si ritrova generalmente in ambito medico; il vocabolo usato da Peterson è, invece, *univorous* il quale trova invece una precisa definizione nella lingua inglese.

Come suggerisce l'antinomica contrapposizione tra le due locuzioni onnivoro e univoro, il soggetto *univorous* consuma unicamente una certo ventaglio di prodotti, coinvolge una bassa gamma di gusti e, tendenzialmente, non si allontana mai da questi.

The attitude of the univore is to make choices from a set of fixed particular principles that are illustrated by concrete examples[156].

Si potrebbe pensare che il concetto di *univorous* sia associabile con quello precedentemente citato dello *snob* intellettuale, poiché entrambi presentano una selezione di gusti culturali molto ristretta, ma non è così.

Mentre il consumatore *snob* si situa nella parte dominante della scala sociale, gli *univorous* si trovano all'esatto opposto: nella parte più bassa.

Peterson, in collaborazione con Simkus, ha realizzato il grafico sovrastante con lo scopo di aiutarci a comprendere meglio il posizionamento di queste figure: l'onnivoro, lo *snob* , lo *slob* e l'univoro.

156 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 268.

Panel A The Conception of Peterson and Simkus 1982 data

	Taste
Highbrow	Snob to Omnivore
Lowbrow	Slob to Univore

Panel B The Conception of Peterson and Kern 1982-1992 data

		Breadth of Taste	
		Narrow	Wide
Taste	Highbrow	Snob 1	Omnivore 2
Level	Lowbrow	Univore 3	*unexamined* 4

Panel C The conception of Peterson and Rossman 1982-1992-2002 data

		Breadth of Taste	
		Narrow	Wide
Taste	Highbrow	Highbrow Univore 1	Highbrow Omnivore 2
Level	Lowbrow	Lowbrow Univore 3	Lowbrow Omnivore 4

Fig. 1. The changing conception of omnivorousness.

Img.5. Pannelli rappresentanti i cambiamenti nelle annate d'indagine:n1982, 1992 e 2002[157].

Il pannello A, della figura 2, mostra la situazione di partenza delle indagini petersoniane e simkusiane, nel 1982, dove la classe intellettuale stava iniziando a virare i propri gusti da snob a onnivori; mentre la classe bassa passava dall'essere *slob*, cioè "zoticona", a univora.

Il capitale culturale degli intervistati statunitensi stava dunque virando verso una gamma molto ampia di forme culturali, comprendenti perfino forme artistiche popolari e folkloristiche.

Peterson sottolinea come, nel respingere tutta la cultura popolare, anche gli intellettuali *snob* erano, in effetti, univori.

157 R.A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 262.

In base ai dati rilevati dal sociologo sembra che si stia venendo a definire uno spostamento sistematico, tra gli americani di alto rango, dal modello di intellettuale snobistico, associabile alla teoria bourdieuiana, verso quello onnivoro.
Nel pannello B è stata invece analizzata la situazione nell'arco dei dieci anni successivi, sull'asse verticale vediamo la suddivisione dell'ampiezza del gusto in "Wide" -ampio- o "Narrow" -limitato-; mentre sull'asse verticale vediamo il livello del gusto dividersi in "Highbrow" -intellettuale- o " Lowbrow" -popolare-.
Lo schema riflette le teorie di Peterson e Kern e vede la suddivisione, e non più il passaggio, di intellettuali *snob* e onnivori; le due categorie coesistono e , presumibilmente, sono attribuibili alla presenza di due diverse generazioni nell'ambiente sociale.
Nella parte inferiore del grafico notiamo l'assenza della figura del consumatore *slob* e l'unica presenza dell'onnivoro, questo cambiamento non è particolarmente significativo a livello pratico, indica piuttosto un diverso atteggiamento nei confronti della limitatezza del gusto.
Come è stato precedentemente affermato, l'individuo *slob,* essendo di basso rango e non particolarmente istruito, non riesce ad avvicinarsi a gusti diversi dai propri; il consumatore onnivoro è invece cosciente di avere altre possibilità ed è una sua precisa scelta quella di non vagliarle.
Individui popolari, con una gamma ampia di gusti musicali, sono stati invece trovati in una quantità talmente minima da non essere considerati come dati del sondaggio.
Il pannello C analizza l'ultima decade studiata da Peterson e Rossman.
Notiamo subito che la classe di intellettuali *snob* è scomparsa, il sociologo suggerisce a causa di cambiamenti storico-sociali, e che anche i non-intellettuali si stanno spostando nella direzione di un consumo culturale onnivoro.
Che cosa significa questo ulteriore spostamento?
Andrò ora a definire nel dettaglio la figura del consumatore onnivoro per poi dedicarmi all'analisi di ogni singola decade analizzata dal sociologo statunitense.

2.3 Chi è il consumatore onnivoro?

I dati raccolti dall'ufficio del censimento sono stati dunque rielaborati personalmente da Peterson e Kern, i quali hanno infine individuato e definito una nuova categoria di consumatore che, come già detto, è caratterizzata dall'aggettivo zoomorfo "onnivoro". Per rispondere alla domanda che apre il paragrafo, dobbiamo innanzitutto definire le caratteristiche comuni che hanno consentito l'individuazione di questa nuova tipologia sociale.

Il termine onnivoro, di per sé, è un aggettivo [dal lat. *omnivŏrus*, comp. di *omni-* «onni-» e *-vorus* «-voro»]. – adoperato per definire un essere vivente che mangia ogni cosa, che si nutre di qualsiasi cibo; in biologia, si intende un animale che (a differenza del carnivoro e dell'erbivoro) si nutre di alimenti di origine sia animale sia vegetale[158].

Riportando la suddetta definizione enciclopedica nell'ambito delle ricerche petersoniane potremmo pensare che gli individui definiti come tali consumino indiscriminatamente, e senza criterio, ogni genere musicale e artistico disponibile sul mercato; proprio come un animale onnivoro si nutre indistintamente di quello che trova in natura.

Questa associazione di idee è quantomeno fuorviante poiché l'onnivoro culturale non è colui che consuma ogni prodotto culturale esistente bensì esso è libero di muoversi fra una gamma di alternative molto ampia; essere onnivori non significa quindi accettare tutto indiscriminatamente ma essere aperti verso ogni esperienza artistica.

Spiega Peterson:

> *At its root, omnivorousness refers to choosing a karge number of distinctive tastes or activities. Strictly "omni" means "all", but in practice as operationalized, a respondent may choose considerably fewer than all the choices available within a survey questionnaire or interview protocol and still be counted as an omnivore*[159].

158 http://www.treccani.it/vocabolario/onnivoro/

159 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 264.

I consumatori onnivori non hanno un approccio alla musica medio-bassa uguale a quello dei non-intellettuali, per esempio l'atteggiamento onnivoro è diverso da quello di un fan della musica *rock* perché l' apprezzamento non è sensoriale ma distaccato e critico, cioè legato a una certa conoscenza del genere anche se non necessariamente ampia o accademica.
Questo accorgimento petersoniano non si discosta di molto dal "distacco dell'esteta" individuato da Bourdieu:

> [...] ogni volta che egli [l'esteta] si appropria di un oggetto del gusto popolare, western o fumetto, introduce una distanza, uno scarto, che è misura della sua distaccata distinzione, nei confronti della percezione "di primo grado", e questo spostando l'interesse dal "contenuto" […] alla forma, agli effetti propriamente artistici[160].

L'atteggiamento onnivoro non è dunque così diverso da quello confacente alla disposizione estetica bourdieuiana e questo aspetto è solo uno dei numerosi esempi che proporrò nel corso dell'elaborato e che riassumerò nelle conclusioni.
L'essere onnivori, quindi, non è in alcun modo a quella che è stata definita, in altri studi critici sull'argomento, dalla voracità o *voraciousness.*
Gli studiosi provenienti dalla scuola iberica, Oriel Sullivan e Tally Katz-Gerro, nel loro saggio *The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers*[161], presentano la loro alternativa alla teoria onnivora: l'insaziabilità del consumatore contemporaneo.
Non è questo il luogo per definire la teoria del "consumo vorace", mi limiterò quindi a citare le parole dell'autore: t*he general goal of the research described here was to problematize, revisit, and modify the contours of the omnivore concept, through complementing it with a measure based on both the range and the frequency of cultural participation*[162].

160 P. Bourdieu, *La distinzione...*, p. 33.
161 O. Sullivan, T. Katz-Gerro, *The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers,* vol.19, in *Time Society*, luglio 2010, pp.193-219.
162 O. Sullivan, T. Katz-Gerro, *The Omnivore Thesis Revisited...,* p. 195.

W*e argue that it is a symbolic status marker associated with notions such as being harried, keeping busy, multitasking, and embracing a diverse cultural consumption pattern*[163].

Tornando alla nostra questione, *chi è il consumatore onnivoro?*, Peterson ci ha fornito una sorta di identikit dell'intellettuale onnivoro medio:

> *In both years (1982 and 1992) highbrows, on average, have about two years more education, earn about five thousand dollars more annual family income, are bout 10 years older, are more likely to be White, and are more likely to be femae than are others in the sample*"[164].
>
> "*The mean age of highbrows is 54 years, which is significantly higher than that of lowbrows who average 46 years*[165].

E' bene soffermarsi sulla questione del reddito, la quale è infatti molto delicata e complessa: chiunque può essere un onnivoro culturale?

Peterson non dà una risposta chiara e univoca a questo quesito; egli, agli inizi del suo percorso nel 1982, ipotizzava un ampliamento di questa tendenza anche alle classi meno abbienti, ma successivi riscontri mostreranno una controtendenza rispetto a quella da lui auspicata.

Personalmente ritengo che quella dell'onnivoro culturale sia una condizione alla quale i membri delle classi dominanti sono maggiormente predisposti, poiché il divario economico e culturale rispetto alle classi inferiori è troppo grande per poter essere colmato solo da una connessione internet.

Avere una dieta monotematica non è una scelta, è una condizione insita dell'*habitus* individuale di ognuno pertanto i dominati non potranno mai diventare consumatori onnivori.

163 *Ibidem.*

164 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...*, p. 901.

165 R. A. Peterson, G. Rossman, *Changing arts audiences: capitalizing on omnivorouness,* in B. Ivey, S. Tepper, *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Vultural life*, Routledge, New York 2007, p. 10.

Indipendentemente da quanti passi in avanti la tecnologia abbia fatto dal 1982 al 2002 i membri delle classi più basse non hanno cambiato la loro condotta, questo può portare a pensare che, anche se il futuro riservasse 'un'ampia possibilità di scelta di consumi culturali a basso costo, essi resteranno sempre ancorati alla loro consueta condizione.
Il consumatore onnivoro è invece libero di muoversi attraverso una vasta gamma di alternative culturali e non è in alcun modo vincolato dalla legittimità artistica di queste.
Secondo i dati analizzati dal sociologo gli intellettuali sono molto più onnivori rispetto ai "non-intellettuali", cioè ai soggetti dotati di un titolo di studio più basso, dotati di minore ricchezza e, generalmente, situati in una posizione inferiore nella gerarchia sociale.
Highbrows report liking 7,49 of the 17 genres of music included in 1992 versus 4,84 genres, on average, for the non-highbrows, and this difference is significant[166].
In the second row of Table 1 we see that in 1982 highbrows , on average, liked almost two of the three middlebrow music genres[167].
Questi dati non contraddicono necessariamente l'ipotesi bourdieuiana poiché l'onnivorismo non implica l'assenza di distinzione, indica piuttosto la comparsa di nuove formule che disciplinano i confini simbolici.
La teoria di Pierre Bourdieu, del resto, osserva sì quali sono le pratiche che determinano la distinzione, ma sottolinea anche come sia ben più essenziale il riconoscimento di queste da parte degli altri agenti sociali.
Similmente nel 1982 la collettività riconosceva l'onnivorismo come l'atteggiamento dominante, quindi la classe più potente adattò, ampliò e "contaminò" i propri gusti per mantenere la propria posizione, conservando però il medesimo criterio soggiacente.
Questa supposizione è in sé corretta, ma non esaustiva, circa il vasto panorama che l'onnivorismo apre: la dominazione e la distinzione sono infatti solo una sezione di un quadro ben più ampio.
Un aspetto interessante è che questo ampliamento del gusto si sviluppa verticalmente e non orizzontalmente, cioè gli intellettuali non stanno allargando le conoscenze artistiche a loro socialmente attribuite, ma si stanno espandendo verso altri settori mai vagliati in precedenza.

166 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 904.
167 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 901.

Sorge dunque spontaneo domandarsi cosa consegue dal perseguire un comportamento onnivoro? Quali sono i vantaggi che la classe sociale più avvantaggiata trae da questo atteggiamento apparentemente "consumistico"? Cosa ha spinto la classe dominante a cambiare il loro atteggiamento "da snob a onnivoro"?
La risposta è stata già data: per mantenere la loro posizione di dominio.
Peterson sostiene che l'onnivorismo rappresenta in realtà un modo per "aprirsi più strade", "spalancare più porte", e quindi più possibilità di successo nei vari ambiti della vita.
Avere una gamma molto ampia di gusti, siano essi musicali o in generale artistici, dà statisticamente maggiori possibilità di essere riconosciuto come una "persona di buon gusto" o, perlomeno, come un individuo preparato e competente.
L'onnivorismo è dunque il moderno indicatore dello status elevato, ma ci sono altri fattori da tenere in considerazione.
Bonnie Erickson, dopo aver studiato a lungo sia le teorie bourdieuiane che quelle petersoniane, propone una sua personale risposta alle domande appena poste:

> *Drawing on these contributions, I argue hat cultural inequality is not so much a hierarchy of knowledge. Those who have many cultural weapons can find one to suit the battle at hand, whether in the business company or in social company. Those who are culturally adroit will know when display of a particular cultural advantage will actually be an advantage or instead will show that one is not a competent player in the ongoing game* [168].

Questo significa che la cultura può essere usata dagli agenti come un vantaggio per ottenere più facilmente una posizione lavorativa superiore, o per migliorare le relazioni sociali nel lavoro, e non solo.
Il consumatore onnivoro coltiva una grande rete sociale e, successivamente, la sfrutta per ampliare la propria cultura, ed è proprio questo atteggiamento, perseguito con costanza, ciò che lo rende dominante nella gerarchia sociale.

168 B. H.Erickson, *Culture, Class and Connection...,* p. 219.

Bonnie Erickson sostiene che le industrie tendono ad essere luoghi fondamentali, e in un certo senso esemplificativi per spiegare la formazione della tendenza onnivora; inoltre critica Bourdieu per non aver dato troppo spazio al tempo libero, a discapito dello spazio dedicato all'analisi delle gerarchie nel mondo del lavoro.
L'ambiente lavorativo è altamente competitivo e per questo motivo offre un esempio chiaro e netto dei rapporti di dominazione, che anche i gusti contribuiscono a determinare, e che si ritrovano anche nel settore privato ma in parte velati da altri fattori.
In partial agreement with Bourdieu, I argue that the culture useful in domination is some kind of culture correlated with class. The more that those who run companies use culture that they know better than their inferiors.[169].
Bonnie Erickson, la quale è docente presso l'Università di Harvard, sostiene inoltre che il fenomeno dell'onnivorismo è strettamente legato con la varietà delle reti sociali; ciò significa che il consumatore onnivoro ha, come ulteriore caratteristica, quella di disporre di un'ampia connessione sociale.
La rete di legami di un individuo può generare ricchezza ma ciò non è automatico. Quest'ultima si presenta solo nel momento in cui la diversità con cui l'agente entra in contatto genera conoscenza: questo è il caso dell'intellettuale onnivoro.
Diversamente, avere un'ampia rete sociale, ma con soggetti simili perché appartenenti allo stesso gruppo sociale, non porta né onnivorismo né crescita.
Man mano che la rete dei contatti sociali si amplia il consumatore onnivoro non solo entrerà in contatto con gusti diversi, ma tenderà ad appropriarsene ampliando così il proprio patrimonio culturale di partenza.
Gli intellettuali onnivori, a differenza dei non-intellettuali ancorati nei loro ranghi, interagiscono con una grande varietà di persone, il che li espone a una più vasta gamma di gusti e pratiche perseguite dagli agenti con cui essi approcciano.
Le persone avvantaggiate hanno maggiori e migliori risorse culturali grazie alle diverse reti sociali che esse intessono per mezzo del capitale economico e della predisposizione all'apertura che deriva dalla loro classe d'appartenenza.
The greater the network variety of classes, the more varied a person's culture, especially in terms of just those cultural variations that are most related to class

169 B. H.Erickson, *Culture, Class and Connection...,* p. 219.

differences[170].

Per riassumere in maniera molto schematica la questione, si può affermare che, avere un'ampia rete di contatti differenti spesso implica il possedere una grande varietà culturale e, conseguentemente, porta a essere preparati in ogni situazione sociale; il che porta a essere individui dominanti.

Usando le parole di Bonnie Erickson "*Network variety buils variety*"[171], possiamo individuare il punto focale della tendenza onnivora: la varietà, sia sociale sia relativa ai gusti artistico-musicali.

Questa riflessione sulle connessioni implica un'ulteriore approfondimento relativamente al fatto che, essendo le reti sociali non fisse ma in perpetuo aggiornamento, non si nasce intellettuali onnivori ma lo si diventa.

A differenza della teoria bourdieuiana, dove i giovani dominanti venivano fin da subito istruiti verso una certa direzione, l'onnivorismo è frutto di una creazione individuale in continua evoluzione dovuto alle diverse esperienze della vita.

Come le persone si spostano attraverso le loro traiettorie di vita, così esse si muovono attraverso impostazioni sociali differenti nelle quali sono importanti i differenti tipi di cultura, perciò non c'è un solo stadio della vita in cui l'apprendimento di tutti i generi culturali sia dominante[172].

Questa idea è stata ripresa anche da Peterson nel saggio "*Problems in comparative research*" del 2005:

> *As people move through their life trajectories, they move through different social settings in which different kinds of culture are salient, so there is no one life stage that dominates in learning all cultual genres. As highbrow snobbishness fits the needs of the turn of the 20th-century entrepreneurial upper-middle class, there also seems to be an elective affinity between today's business-administrative class and omnivorousness*[173].

170 B. H. Erickson, *Culture, Class and Connection...,* p. 220.
171 B. H.Erickson, *Culture, Class and Connection...,* p. 224.
172 B. H.Erickson, *Culture, Class and Connection...,* p. 227.
173 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 273.

Un tale ampliamento delle reti sociali, così come le intendono sia la Erickson che Peterson, non era contemplato nelle teorie bourdieuiane.
Bourdieu sosteneva infatti che ogni individuo è orientato, grazie all'*habitus*, verso una certa tipologia di gusti, pratiche, frequentazioni sociali, e che difficilmente si sarebbe allontanato da queste direttive.
In base a questi enunciati l'agente sociale analizzato da Bourdieu non incrementava il proprio capitale culturale proprio a causa dell'*habitus*.
Per concludere questa breve panoramica sulle caratteristiche del consumatore onnivoro andrò a esporre un dubbio che ha toccato tutti gli studiosi che si sono avvicinati a questo argomento: la tendenza onnivora riscontrata nei cittadini americani è forse legata con la diminuzione del livello di capitale culturale da essi detenuto?
Spesso siamo indotti a pensare che forme artistico medio-basse richiedano un capitale culturale meno ricco, e conoscenze di base quasi nulle; prescindendo dalla veridicità di questa affermazione, dobbiamo però considerarla in quanto radicata tanto nel passato quanto ai giorni nostri. L'onnivorismo è dunque l'avvisaglia di uno spostamento dalla cultura colta e "complessa" a quella bassa e "semplificata"?
This school of thought foresaw a world dominated by commercial music (mainly jazz at that time), where high and low social classes were mixed into one single group of commercially developed tastes, thereby making social class differences invisible and everyone liking the same kind of music (with highbrow classical music, for instance, condemned to disappear)[174].
At the same time Lopez-Sintas and Garcia-Alvarez have ound that high-status people who are omnivorous attend the fine arts more often than do the highbrow snobs, so their participation in popular entertainments does not prevent them from engaging actively in the fine arts[175].
Gli studi petersoniani qui analizzati, nonché il passare del tempo, hanno dimostrato la fallacia di questa previsione sia nel contesto degli Stati Uniti che altrove.
La questione non è più quella bourdieuiana, per la quale a un certo tipo di gusto veniva immediatamente associata una posizione entro la gerarchia sociale; oggi anche le forme musicali popolari vengono riconosciute come artistiche e valide.

174 J. López-Sintas, A. Torres, K. Zerva, *Are Americans' Musical Preferences...,* p. 6.
175 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 274.

La distinzione, vero cuore pulsante di entrambe le teorie sociologiche da me analizzate, permette ai dominanti di mantenere ed esprimere la loro posizione sociale; essa avviene quindi per una via diversa: non in base alla qualità delle pratiche bensì secondo la loro quantità.
La ricerca di Peterson funzionò da catalizzatore attirando su di sé molta attenzione e la nozione di onnivoro si diffuse nel mondo della sociologia contemporanea.
Questo generò una tendenza volta a testare le teorie sull'onnivorismo oltre i confini statunitensi, ad esempio, gli studi di Grispud e Belwitt in Inghilterra, Schulze in Germania etc, e tutti riscontrarono la presenza di gusti eclettici tra gli intervistati di alto rango.
Preliminary descriptive statistics indicate that there are indeed omnivores in the United States: respondents with highbrow tastes like on average more than twice as many popular musical genres as other respondents (1.76 against 0.83)[176].
The methods and results vary but in general the sociologists agree that the diversity of taste is increasing, and cultural consumption is becoming more heterogeneous and unpredictable.[177].

2.4 Attraverso gli anni '80 e '90

Up through the 1980s and 90s there seemed to have been "a qualitative shift in the basis for marking elite status from snobbish exclusion to omnivorous appropriation.[178].
Stando ai dati riportati dal *Bureau of the Census* il consumatore onnivoro, in una sola decade, stava diventando una figura sempre più presente fra gli individui appartenenti alla classe più agiata della popolazione americana.
Le ricerche petersoniane del 1992 vedevano in questi dati una conferma dell'ipotesi elaborata un decennio prima, e cioè che un numero sempre maggiore di individui, dotati di una posizione economico-sociale avvantaggiata, avrebbe virato la propria condotta passando da un atteggiamento di esclusivismo *snob* a un'apertura onnivora.

176 A. Christin, *Omnivores Versus Snobs?...,* p. 7.
177 B. Eriksson, On Common Tastes..., p. 42.
178 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 42.

Peterson e Kern hanno individuato alcuni fattori strutturali che avrebbero consolidato questa tendenza come, ad esempio, l'incremento dell' istruzione e il reddito.
La sottostante figura n.6 consiste in una tabella realizzata per confrontare i dati del 1982 con quelli del 1992, con lo scopo di concretizzare la teoria dell'aumento dell'onnivorismo attraverso un confronto incrociato di una serie di variabili.
Il raffronto si basa, innanzitutto, su un parallelo fra gli individui considerati come intellettuali e tutto il resto del campione intervistato; i dati funzionali a questo elaborato sono esclusivamente le prime due righe che mostrano il numero di generi musicali medi e bassi piaciuti.
The top row of Table 1 shows that, on average, highbrows chose 1,74 lowbrow genres of 5 possible in 1982 and 2,23 in 1992, a statistically significant increase of nearly half a genre per person in just one decade[179].
The first row also shows that others increased their number of lowbrow choices as well, but the rate of change for highbrows is significantly greater than for non-highbrows (p<0,5, difference of proportions test)[180].
Bisogna inoltre ricordare che gli *highbrows*, oltre a dichiarare come piaciuti 2,23 forme basse su 5 e 2,12 generi medi su 3, sono stabiliti come tali perché definiscono come preferito almeno un genere di musica colta; il divario con i gusti degli altri intervistati è dunque davvero importante.
La terza colonna, infatti, indica la differenza per i soli gusti medi e bassi e non per quelli totali, la cui sezione sarà dunque molto più ampia.
Regression analyses reveal that increasing "omnivorousness" is due both to cohort replacement and to changes.[181].
Nella seconda riga, dedicata alla musica "media", notiamo un aumento anche se questo è avvenuto in maniera minore rispetto ai generi musicali bassi.
Questa considerazione si avvicina, anche se non si appoggia totalmente, alle teorie del sociologo Lyne, secondo le quali il consumatore onnivoro non è propenso a consumare forme di cultura media; piuttosto esso si avvicinerebbe, oltre alle ovvie forme di cultura dominante, a generi musicali bassi e marginali al limite del folkloristico.

179 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 901.
180 *Ibidem.*
181 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...*, p. 900.

Molti sociologi che si sono interessati all'argomento onnivoro hanno notato che gli onnivori intellettuali hanno sì più probabilità di apprezzare molti generi di musica, ma ciò non vale per i generi "medi" come la musica *country*, l'*heavy metal*, e il *rap,* dove le proporzioni di gradimento sono più o meno equivalenti al campione nel suo insieme. *This is consistent with the finding that even among most omnivores, some medium status genres remain anathema*[182]. *(Bryson 1996, 1997)*

	Highbrows			Others		
Variable	1982	1992	Difference	1982	1992	Difference
Number of lowbrow music genres liked (max. = 5)	1.74	2.23	.49**	1.80	2.07	.27**
Number of middlebrow music genres liked (max. = 3)	1.98	2.12	.14	1.01	1.12	.11**
Percent male	44	35	−9	46	46	−2**
Age in years	54.19	56.18	1.99	42.98	46.59	3.61**
Family income	$26,360	$33,304	$6,945**	$20,614	$28,301	$7,686**
Percent married	66	63	−3	64	64	0
Percent White	96	96	0	88	86	−2
Education in years	14.57	14.33	−.24	12.19	12.67	.48**

*$p < .05$ level **$p < .10$ level (one-tailed tests)

Note: A highbrow is defined as a respondent who likes both opera and classical music and chooses one of these forms as the music genre he or she likes best.

Img. 6. Schema delle variazioni percentuali fra consumatori onnivori e "altri" nel decennio 1982-1992[183].

Taken together, these results show that both the generational replacement effects that increase the tastes of the intellectuals of the time for the music low, and the only effect the period is the increase in taste for medium music[184].

182 R. A. Peterson, G.Rossman, Changing arts audiences..., p. 6.
183 R.A. Peterson, R. M. Kern, C*hanging highbrow taste: from snob to omnivore...*, p. 902.

184 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 902.

Questo significa che *l'effetto dell'epoca*, cioè il cambio generazionale intercorso nei dieci anni, è stato il presentarsi di giovani intellettuali onnivori sulla scena.
Peterson parla invece dell'*effetto del periodo,* il quale consiste nel fatto che gli intellettuali intervistati, nati negli anni successivi al '70, hanno vissuto differenti eventi durante la loro vita, i quali hanno generato gusti per i generi appartenenti al gradino immediatamente inferiore, cioè la musica "media".
More recently country music has begun to be taken seriously as magazine articles in elite cultural periodicals such as American Heritage and books by humanist scholars begin to provide omnivores with the tools they need to develop an aesthetic understanding of country music[185].
Peterson ipotizza che il crescente onnivorismo dipenda dai numerosi e profondi cambiamenti intercorsi negli anni, sia a livello politico-sociale che dal punto di vista delle innovazioni tecnologiche e non, avvenute nel mondo dell'arte e della musica.
Impossibile non considerare l'aumento dei livelli di vita, la scolarizzazione e i media che hanno reso il gusto estetico più accessibile a una vasta fascia della popolazione; ma è questa la spinta che ha portato all'onnivorismo?
Lo studioso americano elaborerà cinque ipotesi che svilupperò nei paragrafi successivi.
Egli si pone poi una seconda domanda già citata in precedenza: la differenza di orientamento riscontrata dopo una decina d'anni può dipendere da un *gap* generazionale fra vecchi snob elitari e giovani intellettuali onnivori?
I giovani onnivori stanno sostituendo le fasce più anziane che avevano tendenze verso atteggiamenti snobistici?
Tutti i soggetti intervistati sono stati ammissibili di risposta solo al di sopra dei 18 anni: è dunque possibile che la variazione riscontrata in una sola decade dipenda dal fatto che a quelli che nel 1982 erano ragazzi, ma che nel 1992 erano diventati ormai giovani uomini, sia stata data la possibilità di esprimersi?
Peterson suggerisce la compresenza, nella società contemporanea americana, di due categorie di intellettuali, e cioè lo schieramento degli anziani *snob* e quello dei giovani onnivori.
I rappresentati della vecchia generazione colta, cioè quelli che hanno compiuto oltre settantacinque anni di età, sono più vicini alla teoria della distinzione bourdieuiana

185 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 904.

poiché essi si orientano esclusivamente verso generi musicali legittimi e arrivano a disprezzare ciò che si differenzia da questi.
A differenza delle nuove generazioni sembra che questa schiera di intellettuali sia decisamente meno adatta ad un approccio di tipo onnivoro.
Descriptive statistics indicate a clear effect of age on the breadth of likes and dislikes. Older highbrow respondents (more than 75 years old) dislike on average 1.6 more popular musical genres than young highbrow respondents[186].
S*imilarly, young highbrow respondents like on average 1.7 more popular musical genres than the oldest highbrow respondents.* [187].
Dunque l'istruzione superiore, un reddito più alto, un migliore inquadramento professionale e anche la giovane età sono fattori strettamente associati a un atteggiamento culturale onnivoro.
La maggior parte dei generi noti come popolari sono spesso associati alla scena giovanile come, ad esempio, il *raggae*, il *rap,* l'elettronica etc., e anche questo è un fattore da tenere in considerazione nella comprensione del fenomeno dell'onnivorismo.
A tal proposito un saggio molto interessante è *Anything but not Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Music Dislikes,* nel quale Bethany Bryson ha proposto una sua analisi del fenomeno onnivoro e ha individuato come, anche gli individui considerati onnivori hanno una sorta di avversione o rifiuto per stili musicali fortemente connotati come l'*heavy metal*, il rap e il *country*.
Alcuni studiosi, come il già citato Lopez-Sintas, hanno dunque proposto la compresenza di diversi modelli di inclusione onnivora e di esclusione snobistica, ma le classificazioni proposte fin ora non rientrano in nessun modello ricorrente.
La figura dell'onnivoro culturale, secondo Peterson, non dipende però dal fatto che i giovani intervistati nel 1992 aggiungano alle loro preferenze generi adolescenziali poiché, come vederemo, egli ritene che questa dicotomia fra generi giovanili e maturi non sia più valida.
Le statistiche da lui analizzate dimostrano, quindi, che l'età è la variabile più determinante nella formazione del comportamento onnivoro; queste tendenze verranno però confermate solo con il passare del tempo.

186 A. Christin, *Omnivores Versus Snobs?...,* p. 7.
187 *Ibidem.*

Questa seconda indagine supporta quindi la teoria per la quale il consumatore onnivoro si è ormai sostituito all'intellettuale *snob* della generazione precedente.
Bisogna precisare che i dati di questa indagine indicano che sempre più intellettuali stanno diventando onnivori, non che l'onnivorismo in sé è in aumento; gli individui che erano già considerati tali nella prima indagine non hanno ulteriormente allargato le loro preferenze musicali, bensì si sono aggiunti nuovi e giovani membri nelle loro fila.
Alla luce di questi dati non è però facile spiegare se questo fenomeno sia solo una tendenza, se sia avvenuto semplicemente a causa degli accadimenti storici del decennio 1982-1992, o se sia una disposizione a lungo termine.
As far as we know, only Peterson and Kern (1996) and van Eijck and van Rees (2000) have conducted a temporal comparison of cultural tastes or activities, although with different methodologies, and only the former conducted an analysis of the determinants of the omnivorousness evolution, but with a limited span of time.[188].

2.5 Le ragioni del cambiamento

L'onnivorismo culturale, dunque, non stravolge i vecchi canoni bourdieuiani: il gusto rimane in ambo i casi una potente arma di discriminazione socio-culturale, solo che a cambiare sono i confini simbolici entro cui muoversi.
La teoria della distinzione ha una base comune con la teoria onnivora e cioè che entrambe le scelte individuali, relative alle pratiche e ai consumi, portano la classe più agiata in una posizione di ulteriore dominio.
Ci sono indubbiamente nuovi canoni, ma le regole che determinano la distinzione sono sempre le medesime dei tempi di Bourdieu, si potrebbe affermare che essere onnivori è la disposizione estetica dominante del ventunesimo secolo.
Nel 1979 essere *snob* assicurava una posizione di dominio, mentre nel 1990 essere onnivori rappresenta la nuova frontiera del gusto classificante e distintivo.
Peterson, dopo aver indagato a lungo le dimensioni del passaggio "da *snob* a onnivoro", ha proposto cinque possibili cause che, a suo parere, hanno portato a questo

188 J. López-Sintas, A. Torres, K. Zerva, Are Americans' Musical..., p. 7.

cambiamento.
Egli non si è dunque limitato a individuare, e dimostrare, questa nuova tendenza ma ha voluto andare oltre e svelarne le cause a questa soggiacenti.
Le ipotesi petersoniane hanno principalmente una natura storico-sociale, ma si ritrova anche qualche accenno alla politica statunitense; queste sono state da lui denominate come: cambiamenti strutturali, cambiamento dei valori, cambiamenti nel mondo dell'arte, politiche generazionali e politiche dei gruppi.
Queste cinque proposte rimandano, in parte, alle riflessioni proposte all'inizio del capitolo sui cambiamenti sociali sulla base dei quali Peterson dovette muoversi per valutare la validità della tesi bourdieuiana in anni e stati differenti.
L'impegno profuso dal sociologo nella formulazione di queste supposizioni, volte a individuare i motivi scatenanti di questo cambiamento, ci suggerisce come l'onnivorismo sia frutto di alterazioni significative a livello sociale e non sia frutto di una semplice moda di passaggio.
La prima causa avanzata da Peterson è quella relativa ai cambiamenti strutturali della società, i quali renderebbero sempre più inadeguato, e quasi forzato, un atteggiamento esclusivista tipicamente *snob*.
I processi sociali in atto, a cui il sociologo fa riferimento sono, ad esempio, la scolarizzazione, il conseguente aumento generale del patrimonio di conoscenze artistiche, l'accessibilità enormemente ampliata grazie alla televisione, al computer e a internet, che ha reso la cultura avvicinabile ai più.
The development of the media and the internet has highly augumented the abundance, rate and variety of cultural information and aesthetic artefacts, thereby making it much more common to engage with the arts via the media than by attending live performances or visiting museums[189].
Mentre la società cambia e si evolve in questa direzione, l'atteggiamento da perseguire per mantenere una posizione di dominio non può certo essere quello di chiusura nella propria nicchia di cultura alta e legittima, bensì dev'essere quello di aprirsi a più possibilità.

189 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 44.

A tal proposito Peterson cita, nel suo saggio *Changing highbrow taste: from snob to omnivore*, un brano di Harold L. Wilensky:

> We could not find one case in 1,354 who was not in some area exposed to middle or low-brow material [190].

Peterson vuole dunque farci notare come sia sistematicamente molto difficile isolarsi, e quindi non subire contatti e influenze da parte di generi musicali diversi da quelli prediletti.
La questione, in realtà, non si limita al solo ambito artistico bensì ad ogni ambito della quotidianità: non entrare in contatto con la diversità è, al giorno d'oggi, impensabile quindi quello che realmente conta è, in un tale affollamento di gusti e disgusti, da che parte si schiererà l'agente sociale.
Per quanto possano sembrare due cose distinte, sono le trasformazioni della società a rendere necessario un cambiamento apparentemente tanto personale come quello legato ai gusti artistici e ai comportamenti individuali.
Quelli che sono stati definiti dal sociologo come cambiamenti strutturali generano, però, una possibilità di cambiamento; a fare un passo in avanti verso la sua attuazione vi è il valore del cambiamento.
Con il termine "*Value change*" Peterson indica tutte quelle variazioni avvenute nei valori delle società occidentali, come la migrazione geografica e la mobilità di classe sociale che ha unito persone dai gusti diversi[191].
Il sociologo si sofferma in particolare sul drammatico accadimento della seconda guerra mondiale:

> *In the nineteenth century group prejudice was widely sanctified-wide in laws of exclusion. This changed gradually, and the nazi brutalities of World War II give "racisme" of all sorts such a bad name that most discriminatory laws in this country have been abolished* […]

190 H. L. Wilensky, *Mass Society and Mass Culture: Interdependence or Independence?*, in *American Sociological Review*, vol. 29, Vanderbilt Place 1964, p. 194.
191 R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore*..., p. 905.

The change from exclusionist snob to inclusionist omnivore can thus be seen as a part of the historical trend toward greater tolerance of those holding different values [192].

Questi ed altri avvenimenti storici, hanno aperto un varco nei confronti della diversità, facendo sì che la società diventasse tendenzialmente più tollerante.
When the well-documented finding that education increases political tolerance is extended to cultural tolerance, the predicted effect of education is the opposite of that expected by theories of high-status exclusiveness[193].
A tal proposito Bethany Bryson, nel suo saggio dedicato ai gusti musicali tendenzialmente relegati all'ambito giovanile come l'*heavy metal*, parla di *musical tolerance* o *cultural tolerance* in riferimento all'attuale assenza di disgusto per la maggior parte dei generi musicali, siano essi popolari o d'élite.
Perseguire un atteggiamento tollerante appare oggi come un indice di civilizzazione necessario per potersi inserire in modo adeguato nel contesto sociale, l'esclusione non veicola più un messaggio di potere, o di distinzione, bensì di semplice chiusura.
Vi è oggi una riluttanza all'esclusione mai vista prima e questa, indubbiamente, è una delle matrici che hanno generato l'onnivorismo culturale.
Prendere in considerazione nuove idee e nuovi valori è un atteggiamento che non si limita alla sola razza, sesso o etnia ma è una tendenza applicabile ai più svariati ambiti, compreso quello del gusto, ed è per questo che Peterson ha inserito il cambiamento dei valori socialmente riconosciuti come uno dei motivi scatenanti della nuova tendenza onnivora. Essere onnivori, in generale, significa anche essere maggiormente tolleranti verso le differenze culturali razziali ed etniche, non solo musicali.
La musica etnica, del resto, riflette lo spirito del popolo che la produce, così come la musica popolare è legata alle radici e alla storia della della relativa classe sociale, essere onnivori è dunque un atteggiamento molto più esteso di quanto si possa pensare a primo impatto, non si può essere onnivori e intolleranti nei confronti delle diversità.

192 R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...,* p. 905.
193 B. Bryson, *Anything but not Heavy Metal...,* p. 885.

Dunque, con il passare del tempo e degli accadimenti storici, sono avvenuti dei cambiamenti nelle associazioni fra generi musicali e classi sociali, come ad esempio il *jazz* che inizialmente era associato a una classe sociale di basso livello e successivamente ha acquisito lo status sociale di musica legittima.
Such "aesthetic mobility" was suggested by Peterson, who pointed to the evolution of jazz from a folk-communal, to pop cultural, to a fine art from over the first three quarters of the 20th century[194].
Birgit Eriksson, a tal proposito, parla di un *trend* generale in atto verso una maggiore tolleranza nei confronti delle persone con valori differenti.
Il terzo indirizzo proposto è relativo ai cambiamenti nel mondo dell'arte, secondo l'opinione di Peterson le tendenze dell'arte contemporanea, dai primi del Novecento a oggi, hanno prima generato gli snob e successivamente il consumatore onnivoro.
La seconda metà del XX secolo ha visto fiorire un numero talmente ampio di correnti artistiche e teorie estetiche che il vecchio criterio storico di un unico standard è diventato troppo stretto, andando oltre il punto di credibilità.
Si è dunque creato un ambiente culturale fertile per l'onnivorismo, dove ogni fermento artistico è adito a generare nuove correnti estetiche, dove ogni tendenza ha la possibilità di diventare un attività culturale, legittimata dalla società e dai mecenati d'arte.
In una società dove esiste dell'arte "per ogni gusto", la conseguenza più immediata è quella di diventare intellettuali onnivori; si giunge così a consumare tante attività culturali quante stuzzicano il nostro interesse.
In the art world the criterion of a single standard as well as firm boundaries between high and popular culture are long dead.[195].
Il quarto fattore, sui cinque enumerati da Peterson, è incentrato sulle politiche generazionali, cioè in che modo i giovani si approcciano nei confronti del loro stesso patrimonio culturale.
Agli inizi del Ventesimo secolo la pubertà, cioè il periodo in cui un ragazzo diventava un uomo, veniva considerata dagli adulti, ma anche dagli stessi giovani, come una fase di transito destinata a dissolversi una volta che l'età di passaggio si fosse conclusa.
I gusti, siano essi musicali o non, associati alla gioventù venivano valutati come non completamente maturi ed erano destinati a virare verso altre destinazioni una volta che

194 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 276.
195 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 44.

l'età adulta fosse finalmente giunta.
Peterson sostiene che questo percorso non ha più luogo nella vita dei giovani a partire dalla generazione a lui contemporanea, la quale è molto più consapevole delle proprie scelte, e quindi dei propri gusti, e li reputa già maturi e stabili.

> *Beginning in the 1950s, however, young White people of all classes embraced popular African American dance music styles as their own under the rubric of rock'n'roll, and by the late 1960s what was identified as the "Woodstock Nation" saw its own variegated youth culture not so much as a "stage" to go through in growing up but as a viable alternative to estabilished elye culture, thus, in effect, discrediting highbrow exclusion and valorizing inclusion*[196].

Youth culture is not necessarily considered a stage to go through but a viable alternative for adults as well[197].
La cultura musicale è ancora suddivisa per fasce d'età, e la musica giovanile è una tendenza tutt'ora in corso, ma la novità sta nel fatto che queste correnti non vengono abbandonate bensì perseguite anche nell'età adulta insieme ad altri generi più "maturi"; questo determinerà un ampliamento dei gusti musicali, e quindi dell'onnivorismo.
L'ultimo punto definito da Peterson consiste in una riflessione sulle politiche dei gruppi dominanti: l'onnivorismo si è generato grazie al passaggio da un atteggiamento di rifiuto nei confronti della cultura popolare a un'appropriazione di questa.
Dalle analisi bourdieuiane era emersa una netta tendenza delle classi dominanti alla chiusura come strategia per mantenere intonso e irraggiungibile il loro standard estetico.
Peterson individua, invece, una tendenza diversa, e cioè la presa di possesso di forme artistiche basse attraverso un ingentilimento e una nobilitazione delle sue forme, o tramite la selezione di alcune caratteristiche.

196 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore...*, p. 905.
197 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 43.

Questa tendenza è stata individuata anche da altri studiosi, come ad esempio Cecelia Tichi[198], la quale sostiene che una nuova tattica propria della classe dominante, per mantenere la propria posizione, è quella di imborghesire elementi della cultura popolare per incorporarli nella propria.
Dice Peterson:

> *While snobbish exclusion was an effective marker of status in a relatively homogeneous and circumscribed WASP-ish world that could enforce its dominance over all others by force if necessary, omnivorous inclusion seems better adapted to adapted to an increasingly global world managed by those who make their way, in part, by showing respect for the cultural expressions of others.*[199].

L'onnivorismo può dunque assumere anche la connotazione del risultato di un esteticizzazione della cultura popolare da parte della cultura dominante.
Le motivazioni individuate da Peterson ci fanno riflettere su come oggi non esista più un profilo del gusto che avvantaggi il gruppo di persone che ne usufruiscono; tendenzialmente ogni genere è riconosciuto come artistico e non esiste più alcuna forma evidente di "disgusto"; dunque la distinzione sociale si sviluppa non in base a cosa viene fruito ma in base alla quantità.
Queste cinque argomentazioni dimostrano, inoltre, come l'onnivorismo fosse, in un certo senso, "già scritto" negli Stati Uniti d'America; la cultura come barriera di *status* non è più una valida strategia in un mondo globalizzato, ma i confini simbolici sono indubbiamente ancora ben definiti: com'è possibile?

198 Vedasi C. Tichi, *High Lonesome: American Culture of Country Music*, UNC Press Books, 1994.
199 R. A.Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore*..., p. 906.

2.6 Consumatori onnivori del ventunesimo secolo

Questa terza, e ultima, analisi ha permesso di studiare gli andamenti temporali nelle preferenze musicali nel contesto sociale degli Stati Uniti, e di confermare le tendenze avanzate nel 1992.
L'indagine del 2002 è stata condotta dal *Bureau of the Census* come supplemento al *Current Population Survey* e 17.135 questionari compilati sono stati raccolti da un campione di famiglie americane.
Precisely 17,135 persons 18 and older were interviewed whom 16,724 answered the questions about music tastes, and of these 904 said they "don't like to listen to music", and 565 said they liked "all kinds" of music, so they were eliminated leaving a final sample of 15,255[200].
La domanda che veniva posta ai rispondenti era la seguente: "*The following is a list of some types of music. Which of these types of music do you like to listen to? Please select one or more of the following categories*"[201].
Come negli studi precedentemente analizzati la questione posta ai rispondenti si focalizza sui gusti musicali del pubblico e non sulle loro attività pratiche di consumo.
La formulazione della domanda, e in particolare la scelta del termine "ti piace", presuppone una gamma potenzialmente più ampia di risposte e tiene in considerazione il fatto che un singolo individuo possa ascoltare contemporaneamente molti generi musicali anche diversi.
Ogni persona durante il giorno ascolta, che lo voglia oppure no, diverse tipologie di musica sia con gli amici, che nei luoghi pubblici o in auto etc.; tutti questi sono rilevanti ai fini dell'indagine perché il fattore importante era che al rispondente piacesse un certo tipo di musica, indipendentemente da quanto esso venisse fruito.
Quello che Peterson ha infine individuato in questa terza sessione d'analisi è al di fuori di ogni congettura:

> *The most dramatic change we found was the atrophying of highbrows. This process that could be traced in the decade between*

200 R. A. Peterson, G.Rossman, Changing arts audiences..., p. 8.
201 *Ibidem.*

1982 and1992 had greatly accelerated between 1992 and 2002. This reflected the fact that younger cohorts, who are much less likely to be highbrows, replaced their elders who were more likely to be highbrows[202].

Le previsioni di un aumento costante e progressivo dell'onnivorismo culturale, sia da parte degli intellettuali sia relativamente a una possibile espansione di questa tendenza per altri agenti, si sono verificate infondate: la percentuale di onnivori del 2002 risulta infatti minore rispetto a quanto non lo fosse nel 1992, toccando quasi le soglie del 1982. Peterson ha definito questa nuova fase come un "*periodo di post-onnivorismo*", ma questa tendenza, per essere indagata con il dovuto approfondimento, necessiterebbe di un'ulteriore analisi da condurre nel 2012.
Il declino dell'onnivoro è, secondo il sociologo, un crepuscolo inevitabile per ogni modello di gusto definibile come tale: nasce, si diffonde e, infine, si atrofizza.
Questi dati indicano come la nozione di onnivoro è anch'essa cambiata e non è più strettamente collegata con le forme artistiche più colte come lo era negli anni '80 e '90; lo studioso dunque ipotizza come la possibile causa di questo crollo sia l'inflazione del valore artistico della musica.
Le tecnologie di diffusione di massa e i *mass media*, che all'inizio degli anni '90 erano stati individuati come spinte motrici del cambiamento onnivoro, sono ora mutate a tal punto da essere divenute una tra le cause della sua recente e presunta scomparsa.
Consideriamo le profonde innovazioni avvenute tra il 1992 e il 2002:
il *compact disc* e il *minidisc*, la *web* radio, il lettore Mp3, i circuiti *peer to peer*, l'iPod etc. sono tutte innovazioni basate soprattutto sul *format* digitale, i cui file musicali vengono trasmessi via Internet e adattati nei formati richiesti dal pubblico.
La digitalizzazione della musica sembra essere appena iniziata, eppure ha già generato, e successivamente surclassato, numerosi *medium* in quella che appare come una continua progressione verso la smaterializzazione della musica; resta da capire se questa è solo materiale o anche concettuale.
La rivoluzione elettronico-digitale che sta investendo il mondo discografico porta con sé molte conseguenze, disposte inoltre su più livelli, di cui i più rilevanti ai fini di

202 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 263.

questa ricerca sono la quantità e la qualità della fruizione da parte del pubblico. Quantitativamente parlando la musica viene fruita in misura maggiore da parte di tutte le classi sociali; gli individui consumano effettivamente di più ma bisogna considerare che questo fenomeno è anche frutto di vie illegali.
La problematica definita dal sociologo non verte però sulla drastica diminuzione delle vendite causata dalla dalla digitalizzazione musicale, poiché essa è relativa alle sole case discografiche e non implica un parallelo calo dei consumi reali degli individui, al contrario, questi si stanno espandendo sempre più.
L'ampliamento dell'acquisizione musicale, tramite vie commerciali o meno, è un fenomeno nato soprattutto grazie alla grande facilità con cui oggi è possibile entrare in possesso di file mp3: una decina di minuti connessi al computer e pochi euro sono spesso sufficienti per scaricare intere compilation.
This process of cheaping the status value of music has only accelerated in the years since 2002 with the intriduction of iTunes and other devices that make it possible to acquire many hours of "rare" music in just few moments[203].
L'ingresso di *iTunes* ha infatti lanciato sul mercato non solo un servizio che permette di scaricare legalmente "quello che vuoi-quando vuoi-dove vuoi", ma anche un nuovo modo di fruire e vivere la musica.
Grazie ai nuovi sistemi di condivisione di file audio appena citati le vendite diminuiscono e la fruizione aumenta, ma quello che Peterson vuole osservare e analizzare è piuttosto la qualità dell'approccio alla musica da parte del consumatore contemporaneo.
Avere a portata di mano ogni genere musicale non implica necessariamente un saggio utilizzo di tali immense risorse. Inoltre è comunemente ritenuta valida l'idea secondo la quale troppa scelta porta infine ad avere fra le mani un indistinta miscellanea di materiale che diviene così ingestibile; una sorta di moderna riproposizione del detto esopiano "chi troppo vuole nulla stringe". Ma sarà proprio così?
Il sociologo statunitense si domanda infatti se questo spasmodico aumento dei consumi può aver provocato la "fine" dell'onnivorismo; una possibilità tutta da vagliare e rivedere.

203 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 266.

Peterson ha sempre affermato che, per essere consumatori onnivori, non è necessaria una conoscenza approfondita di ogni genere musicale piaciuto, un certo coinvolgimento è però quantomeno auspicabile, se non addirittura sottinteso.
Si innesca quindi una riflessione che poggia le proprie basi a partire dalla quotidianità, dove la musica è ovunque, a partire dai canali tradizionali come le stazioni televisive, fino a giungere a continue emissioni in luoghi più o meno pubblici.
La musica si è man mano diffusa, a partire dalla radio che ha oltrepassato i muri dell'intimità di ogni casa, fino a diramarsi nei luoghi più bassi come, gli ascensori, i garage dei centri commerciali, i negozi etc. creando una sorta di colonna sonora costante, che spesso diventa irriconoscibile, un ritmo senza senso, un rumore di fondo.
Questa presenza musicale ha caratteristiche tali, come il volume basso e fortemente integrato all'ambiente, per cui non viene percepita pienamente, eppure essa è lì presente e, in un certo senso, inesorabile.
A tal proposito cito le parole del noto musicista Nicola Piovani, vincitore dell'Oscar per la colonna sonora del film *La vita è bella*:

> È un mio capriccio quello che mi fa sperare in una normativa sulle note passive, simile a quella sul fumo. La musica passiva è quella musica che non ho scelto io, ma che devo sentire per forza: o perché sto comprando l'insalata a un supermercato, o perché sto mangiando in un ristorante *à la pàge*, o perché sto facendo fisioterapia, o perché viaggio sul taxi di un tassista invadente, o perché faccio benzina in un self service, o perché sto sotto il trapano del dentista... e l'elenco potrebbe continuare. In alcune trattorie, specialmente nell'Emilia delle terre verdiane, vengono addirittura diffusi e profusi brani d'opera, sempre a volume medio basso: Violetta che piange morendo di tisi, Calaf imprigionato che all'alba vincerà, Turiddu che prega la mamma. Nella maggior parte dei casi si diffondono canzoni i cui testi, in quei contesti, risultano a fatica decifrabili. E a soffermarsi nell'ascolto spesso si scopre che la voce in diffusione ci sta cantando un amore straziante, o un dramma sociale, o una protesta antisociale; mentre noi compriamo surgelati o arrotoliamo bucatini[204].

204 N. Piovani, *La musica passiva fa male anche a te*, in *La Repubblica*, 13/10/2012.

Questa diffusione è a tal punto radicata che non esiste più un luogo dedito all'ascolto della musica, piuttosto esistono degli spazi in cui questa è bandita; né è un esempio la moda che si era diffusa anche in Italia delle "*Silent disco"* o le "giornate del silenzio". Sembra che la musica non abbia più uno scopo né comunicativo né di crescita individuale il che porterebbe a un venir meno dei requisiti necessari al consumatore che si voglia definire onnivoro, e cioè una conoscenza funzionale a scopi di dominio.
The appreciation of classical music, rock, techno, and country can hardly be expected to retain their status-making value if they are increasingly commodified and easy to acquire.[205].
Sorge dunque una domanda: il costante andamento verso un totale annullamento di ogni valore artistico della musica, tramite una continua e vorace fruizione e mercificazione del prodotto in sé, ha aperto la strada del declino dell'onnivorismo oppure è solo un aspetto facilmente criticabile che si potrebbe invece inserire in un quadro ben più vasto?
Il suddetto fenomeno è certamente rilevante, la musica fruita in questa maniera indubbiamente perde parte del proprio valore e molte *band* di oggi appaiono come il frutto di una pianificazione strategica a tavolino volta alla sola commercializzazione del prodotto. Mentre la musica diviene passo passo sempre più oggetto di consumo, il suo valore artistico si affievolisce, ci sono sempre più fan e merchandising ma sempre meno acquirenti.
Queste considerazioni, indubbiamente presenti, non vanno però generalizzate; una ricca libreria musicale, se organizzata secondo liste personali, può portare conoscenza?
La musica è sì diventata onnipresente, ma il rovescio della medaglia consiste nel fatto che non c'è mai stata tanta possibilità di farla diventare un ricco e utile bagaglio personale, un repertorio culturale in grado di perpetuare il dominio di classe.
Sorge quindi spontanea una questione: il consumatore onnivoro è davvero sazio?
In uno dei suoi elaborati più tardi, *Problems in comparative research: The example of omnivorousness,* Peterson tornerà sui suoi passi per quanto riguarda la questione del post-onnivorismo e ne indagherà ulteriormente le cause.
Come suggerisce il titolo del saggio, il sociologo sposta la sua attenzione sul problema relativo al metodo di ricerca effettuato e sul criterio applicato all'analisi dei dati: la ricerca comparata.

205 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 266.

Research results are necessarily a vast simplification of the flow of human activity, and decisions about research methodology, the means of data collection, and the coding of observations influence the findings obtained.[206].

E' dunque possibile che la nuova tendenza del declino onnivoro, riscontrata dal sociologo nel 2002, sia solo il frutto di *artefatti metodologici* che hanno fortemente influenzato i dati ottenuti dai questionari?

Come da me precedentemente asserito, le procedure adottate nei vari decenni sono state sempre le medesime, tuttavia alcune piccole modifiche sono state apportate nel 2002 per migliorare la qualità del servizio.

E' bene precisare che cifre e statistiche sono giunte ai ricercatori già del tutto elaborate, e presentate in maniera predefinita, quindi essi sono spesso inconsapevoli del lavoro a cui i dati originari sono stati inizialmente sottoposti.

Peterson è riuscito a individuare quattro elementi che potrebbero aver falsificato i risultati dell'inchiesta: il differente supporto al questionario, il mezzo con cui l'indagine è stata condotta, differenti procedure di campionamento e, infine, il periodo dell'anno in cui le ricerche sono state effettuate.

Questi sono solo alcuni dei tanti fattori che possono contribuire a generare risultati altamente differenti; essi sono, però, tanto numerosi quanto difficili da individuare poiché sono intrinsecamente legati con elementi storici e sociologici.

Il primo punto a favore della teoria che vede il post-onnivorismo come un errore dovuto a un calcolo scorretto di dati e metodologie, si basa sulle modalità con cui i questionari sono stati somministrati al pubblico.

The 1982 and 1992 surveys were administered as a supplement to the periodic national Crime Victimization Survey (CVS), but in 2002 the SPPA was administered as a supplement to the monthly Current Population Survey (CPS).[207].

I questionari presentati al pubblico, oltre alla parte relativa ai gusti musicali, comprendevano anche domande strettamente legate alla natura della rivista.

Il *National Crime Victimization Survey*, è un sondaggio fondamentale per gli Stati Uniti, basti pensare che viene effettuato per ben due volte l'anno e ha come obiettivo quello di vagliare la situazione criminosa di atti vandalici e violenti, come aggressioni, furti di varia natura, stupri etc.

206 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 269.
207 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 270.

Il *Current Population Survey*, invece, è un questionario statistico che si occupa di realizzare un resoconto sulla situazione occupazionale americana; le tematiche che aprivano il questionario erano dunque molto diverse: le prime del 1982 e 1992 si basavano sulle violenze mentre le seconde del 2002 erano incentrate sulla propria situazione economico-lavorativa.
Ne consegue che, nei questionari proposti dal CVS, se i rispondenti non avevano subito alcun tipo di violenza potevano saltare la parte iniziale e concentrarsi esclusivamente sulle domande a sfondo musicale; contrariamente con il sondaggio CPS ogni intervistato, lavoratore o meno, doveva rispondere a una lunga serie di domande.
La concentrazione è un fatto che indubbiamente varia per ogni singolo individuo ma Peterson sostiene che i rispondenti del 2002, già provati da numerose e complicate domande relative al reddito, abbiano risposto in maniera frettolosa e superficiale alle domande musicali generando dei falsi risultati.
A seguire le parole del sociologo nel dettaglio:

> *The CPS, in contrast, includes a large number of detailed questions about a person's employment status, hours worked, government benefits received, job seeking, and the like. Given such questions, one can well imagine the interview fatigue felt in 2002 by the interviewee and the interviewer alike.*[...]*It is plausible that respondents in 2002 said "no" to questions in order to avoid triggering follow-up questions that would further lengthen a fatiguing interview.*[208].

Peterson avvale la sua tesi con questo dato: nel 2002 un numero di intervistati decisamente maggiore rispetto ai decenni precedenti ha risposto alla questione "generi musicali piaciuti" con l'opzione "*all of the above*"[209].

208 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 270.
209 *Ibidem.*

Un secondo elemento che il sociologo valuta per confermare l'effettiva scomparsa del consumatore onnivoro o meno è il mezzo pratico con cui le inchieste sono state condotte; nel 1982 e nel 1992 i questionari venivano redatti di fronte ad un intervistatore mentre nel 2002 è stato adottato il tramite telefonico. In che senso il mezzo ha influenzato i risultati?

By 2002 there was widespread solicitation and advertising via the telephone, and phone companies offered an array of caller-censoring devices to filter incoming phone calls, including phone number blocking, caller identification, and voice mail.[210].

La completezza dei risultati è dunque messa in discussione da questi sistemi di censura telefonica, attuata principalmente dalle classi più agiate che possono permetterseli economicamente parlando.

Oltre a questi macchinari è inoltre necessario tenere in considerazione sia la possibilità offerta agli utenti di adoperare numeri privati, cioè non presenti negli elenchi telefonici, sia la recente tendenza, prevalente soprattutto per quanto riguarda la generazione più giovane, di non possedere un dispositivo fisso ma solo il *mobile phone*.

Somministrare i questionari tramite il mezzo telefonico, dunque, ha compromesso i risultati della teoria onnivora poiché ha tagliato fuori una fetta rilevante e specifica di intervistati: i giovani e i più agiati.

Peterson non prende invece in considerazione gli individui talmente poveri di capitale economico da non potersi permettere un telefono fisso poiché secondo il suo parere, nel 2002, questa era una cifra irrisoria.

In terzo luogo il sociologo parla delle differenze nelle procedure di campionamento, cioè sulla possibilità di delegare ad altri membri della famiglia la compilazione del questionario.

Questa possibilità è stata data per tutti e tre gli anni ma questa è stato usufruita in maniera decisamente maggiore nel 2002, infatti più del 40% dei questionari è stato delegato per convenuto di nome.

Ne consegue che, statisticamente parlando, esistono maggiori probabilità per cui individui anziani si trovino in casa durante l'orario previsto per l'effettuazione delle interviste; questo elemento ha influenzato non di poco i risultati ottenuti nel 2002.

210 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 270.

Se le vecchie generazioni snob hanno risposto ai questionari, sostituendosi ai più giovani e impegnati onnivori, è ragionevole ipotizzare che tali deleghe sottovalutino la gamma dei gusti musicali esistenti.
Il quarto e ultimo componente analizzato dal sociologo consiste in una valutazione delle diverse tempistiche che hanno caratterizzato le tre analisi; le inchieste del 1982 e del 1992 si sono svolte nel corso di tutto l'anno solare, mentre quella del 2002 è stata condotta esclusivamente nel periodo estivo.
Spiega Peterson:

> *The subsequent waves were meant to replicate the 1982 survey and, although the wording of few questions were changed, there were a number of changes made in response categories. For example the reference period for some questions was changed from "the last year" to "the last month." This could account for a big difference when, as was the case in 2002, all of the surveys were administered in August (NEA, 2004), the month when, in the United States, there are the fewest concerts and performances* [211].

Per quanto possa sembrare scontato, molte persone, durante il caldo periodo estivo, si allontanano dalle loro abitazioni e quindi dai loro telefoni; questa perdita di contatti ha influenzato i dati e ha generato, secondo il sociologo, un falso risultato.
Il consumatore onnivoro era dunque in vacanza o troppo affaticato dal questionario per rispondere con attenzione alle questioni di nostro interesse? Peterson ha cercato di dare una spiegazione a questa inaspettata decrescita del fenomeno onnivoro tramite l'indagine dei metodi che sono stati applicati nella ricerca dei dati, ma può essere questa una spiegazione definitiva e completa della diminuzione da lui riscontrata?
Sebbene il sociologo statunitense sia consapevole dell'impossibilità di giungere a un criterio metodologico standard, ha comunque suggerito un metodo alternativo di ricerca

211 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 269.

e cioè la *triangolazione*, la quale è basata su numerosi confronti e su campioni di rispondenti selezionati in base alle loro caratteristiche.
Concludendo con le parole di Peterson, egli non ha trovato una soluzione a questi *problems in comparative research*, in compenso ha fornito un inizio provocatorio, anche se è necessario che venga sviluppata un'intera classe di tali misurazioni del gusto non intrusive e di scelte di attività.
La difficoltà di conciliare la vita reale con tecnicismi sperimentali e problematiche tecniche è una questione che si annida alle fondamenta di ogni ricerca empirica, difficilmente potrà trovare soluzioni concrete e durature quindi, ogni ricerca che si voglia analizzare va considerata non come una verità in sé ma come uno spunto di riflessione.
Ammesso e non concesso che l'onnivorismo sia una realtà effettiva e che non sia il frutto di incomprensioni metodologiche, andiamo ora a vedere le plurime posizioni che sono state prese nei suoi confronti.

3.VALUTAZIONI DELL'ONNIVORISMO:

IL CONSUMO COME SPECCHIO DELLA SOCIETA'

3.1 Tre visioni all'insegna del negativo

Nel secondo capitolo si è accennato alla sensibile questione della mercificazione musicale, della tendenza all'abbassamento del valore della cultura e al conseguente crollo dell'identità culturale del cittadino contemporaneo.
L'avvento tecnologico e svariati accadimenti storici precedentemente affrontati hanno generato una situazione tale per cui, tendenzialmente, si è portati a credere in un odierno depauperamento dei consumi culturali poiché vige lo stereotipo secondo il quale la massificazione e l'industrializzazione genererebbero sia assuefazione che perdita di valore.
Il consumismo, e in certi casi il consumo stesso, sono spesso visti all'insegna del negativo; questo atteggiamento non può che influenzare sfavorevolmente la teoria onnivora che sorge proprio su tali basi.
L'associazione indubbiamente dualistica che si è venuta a creare fra il concetto di consumismo e quello di alienazione è profondamente radicata nell'immaginario collettivo e presenta altresì numerose sfumature in quanto essa è stata oggetto di studio di numerosi professionisti in campo filosofico, sociologico, ma anche di attori, poeti e quant'altro. Sembra che ognuno abbia una sua personale critica; per fare un esempio rimando a una citazione del maestro Pier Paolo Pasolini:

> Che cos'è che ha trasformato i proletari e i sottoproletari italiani, sostanzialmente, in piccolo borghesi, divorati, per di più, dall'ansia economica di esserlo? Che cos'è che ha trasformato le «masse» dei

> giovani in «masse» di criminaloidi? L'ho detto e ripetuto ormai decine di volte: una «seconda» rivoluzione industriale che in realtà in Italia è la «prima»: il consumismo che ha distrutto cinicamente un mondo «reale», trasformandolo in una totale irrealtà, dove non c'è più scelta possibile tra male e bene[212].

Questo scritto è particolarmente rappresentativo in quanto dimostra come, anche le menti più brillanti, ritengano il consumismo uno dei maggiori mali che il Ventunesimo secolo abbia generato.
Proprio il fatto di ritrovare tante svariate trasposizioni attorno a questa medesima diffidenza, relativa ai confronti degli usi e consumi tipici del nostro secolo, dimostra quanto il concetto sia radicato, e questo non può che innescare un solido scetticismo nei confronti di un atteggiamento tanto consumistico come lo è quello dell'onnivorismo culturale.
Conseguentemente anche il rapporto fra arte e consumo entra in crisi; ad affermarlo vi è, fra i tanti, anche Gillo Dorfles:

> [...] attraverso mezzi esclusivamente meccanici di riproduzione l'uomo viene assoggettato sempre più a “subire” un'opera più o meno artistica la cui assunzione è solo parzialmente volontaria. […] Questo va ovviamente a sfavore dell'arte stessa che non è più assaporata con l'attenzione e l'interesse d'un tempo, permette il verificarsi di quell' ”ascolto disattento” [...][213].

A fronte di tante testimonianze esclusivamente negative, appare utile fare il punto della situazione critica e ribadire ulteriormente quali siano i cardini attorno ai quali ruota il

212 P. P. Pasolini, *Aboliamo la tv e la scuola dell'obbligo, Il* Corriere della Sera, 18 ottobre 1975 .
213 G. Dorfles, *Le oscillazioni del gusto: l'arte fra tecnocrazia e consumismo*, Piccola biblioteca Einaudi, Torino 1970, p. 114.

rifiuto nei confronti del consumo artistico contemporaneo.
Uno di questi è il già citato problema del "bombardamento culturale" a cui ogni giorno tutti siamo sottoposti; non si tratta però di un succubato esclusivamente musicale poiché questo assoggettamento coinvolge tutte le arti.
Così come i *jingle* musicali, anche le immagini, siano esse stampe di autori famosi o di mediocri realizzatori, vengono imposte ai cittadini in maniera principalmente inconscia e ossessiva.
Detto questo si dipanano altre due questioni: innanzitutto questo tipo di consumo è involontario e, in secondo luogo, la qualità del materiale che viene imposto tende a essere medio-bassa. Questa caratteristica è indubbiamente frutto delle innovazioni tecnologiche del Ventesimo secolo: l'uomo, come mai in passato, è costretto a *subire* l'arte (o la pseudo arte)[214].
Non si può parlare lecitamente di consumismo sino agli anni '60, difatti questo non era un concetto noto ai tempi di Pierre Bourdieu, eppure il suo lavoro si può considerare come una vera e propria analisi dei consumi parigini del 1979, un analisi di mercato anzitempo.
Una cosa però non è cambiata da quando *La Distinzione* è stata scritta e cioè che ogni atto di consumo genera precisi significati, i quali vengono letti e interpretati dagli altri agenti sociali in gioco.
In una maniera per certi versi molto simile il consumismo si basa sul fatto che gli acquirenti desiderino possedere un certo prodotto, non più per l'utilità o per le qualità che esso ha in sé, bensì per il marchio esibito e per quello che esso rappresenta.
Anche il consumatore onnivoro si nutre di una vasta gamma di generi musicali per avere un ritorno di immagine ed è questo un altro punto che, apparentemente, accomuna le due tendenze sino a renderle coincidenti.
L'onnivoro culturale letteralmente "consuma" la cultura, e lo fa in modo tale che questa fruizione sia quanto più proficua possibile, seguire le mode e le correnti più note è non solo un modo per ampliare le proprie conoscenze ma anche la propria rete di contatti e, conseguentemente, le proprie *chances* di riuscita nello spazio sociale.
Nel capitolo precedente si è accennato alla teoria di Bonnie Erickson, la quale sostiene che i generi musicali scelti e fruiti dagli *highbrows* sono finalizzati a massimizzare le

214 *Ibidem.*

proprie conoscenze e, in tal modo, che si rendono pertanto utili in più ambienti possibili.
Per tornare allo specifico ambito musicale e allo scetticismo rivolto al suo odierno consumo cito come esempio Giorgio Graziosi, noto critico e autore di famosi testi formativi, il quale parla di questo fenomeno come del *canzonettismo*, il quale " va combattuto non con le parole ma con i fatti...ossia con la buona musica"[215].
Da questa affermazione appare lampante l'esistenza di una fazione contrastante rispetto a quella petersoniana, la quale ritiene che il modo di consumare musica tipico della contemporaneità vada ostacolato poiché non è considerato conoscitivo ma solo redditizio.
La musica cosiddetta "consumistica" è dunque diventata per molti un simbolo del crollo dell'individualità in particolare e della cultura artistico-musicale in generale.
E' bene sottolineare il fatto che questa propensione al pessimismo non è una specifica critica volta a colpire l'onnivorismo in quanto tale, ma si tratta di una generale posizione negativa nei confronti della modernità.
Un atteggiamento di critica specificatamente rivolto all'onnivoro culturale si ritrova invece nel già citato filone di studi iberici e, in particolare, nella teoria della *voraciousness* sullivaniana.
Per comprendere appieno il fenomeno onnivoro e le eventuali reticenze nei suoi confronti diviene dunque necessario fare un passo indietro e indagare le varie posizioni di rifiuto assunte nei confronti del consumo contemporaneo; in particolare richiamerò le teorie di George Simmel, Walter Benjamin, e Zygmunt Bauman.

215 G. Graziosi, *Introduzione all'ascolto...*, p. 15.

3.2 L'onnivoro *blasé*

George Simmel, con Emile Durkheim e Max Weber è oggi considerato uno dei padri fondatori della sociologia[216], ma ancora più significativa in questo contesto appare la definizione del suo critico più noto, György Lukàcs, il quale lo definiva come il più grande filosofo della crisi della nostra epoca[217].

La critica nei confronti del consumismo è per Simmel uno dei tanti tasselli che compongono la sua profonda delusione nei confronti di tutto ciò che sia in qualche modo legato alla civiltà metropolitana.

Per il sociologo, infatti, la nostra epoca coincide con un periodo di profondo disagio per l'umanità; egli giunge persino a parlare di "crisi della modernità", una sorta di secondo medioevo dove a perire sono i valori, la cultura e persino il significato intrinseco delle cose.

Simmel studiò a lungo i cambiamenti sociali soffermandosi in particolare sul contesto metropolitano, un luogo da lui definito come ostile e causa dell'impoverimento, culturale e non, della società.

La metropoli rappresenta l'indifferenza, l'ossessiva individualità che caratterizza l'uomo moderno, l'intensificazione della vita nervosa che è prodotta dal rapido e ininterrotto avvicendarsi di impressioni esteriori e interiori[218].

In base alla visione simmeliana si potrebbe definire la città moderna come un ambiente naturalmente antisociale; questa concezione dello spazio è quanto più lontana dall'*habitat* del consumatore onnivoro il quale abita sì nelle grandi metropoli, ma questi spazi non sono angusti e invivibili, bensì luoghi dove l'incontro fra diverse culture è d'obbligo per chi, economicamente e culturalmente, può permetterselo.

Questo aspro ambiente descritto da Simmel ricorda, se visto attraverso la lente delle forme culturali, quanto detto in precedenza a proposito del perpetuo sottofondo musicale che ogni giorno di circonda.

Proprio a partire da queste riflessioni sulle grandi città, icone del degrado intellettuale contemporaneo, lo studioso giunge a elaborare la sua più nota teoria e cioè quella dell'individuo *blasé*.

---

216 P. Jedlowski, *Introduzione*, in G. Simmel, *La metropoli e la vita dello spirito*, p. 32.
217 G. Lukacs, *Introduzione*, in G. Simmel, *Arte e civiltà*, p. 6.
218 G. Simmel, *La metropoli e la vita dello spirito*, Armando, Roma 1995, p. 23.

Blasé è una parola di origine francese che significa "indifferente", "annoiato"; questa è stata assunta nel vocabolario sociologico simmeliano per indicare quello che lui ritiene essere l'atteggiamento di fondo assunto dal cittadino metropolitano colto.
Il bombardamento mediatico a cui è continuamente sottoposta la società porta gli agenti intellettuali, ad adottare un diverso atteggiamento nei confronti della cultura in particolare e della vita in generale.
Simmel sostiene che gli stimoli a cui l'élite cittadina è soggetta siano a tal punto numerosi e incessanti da far sì che questi individui smettano di reagire, di interrogarsi e di ragionare su quanto vedono e ascoltano poiché risulta impossibile stare al passo con i tempi frenetici loro imposti.
Il sovradosaggio di stimoli altera quindi il comportamento degli individui, rendendoli non solo asociali ma anche sterili, essi sono difatti sempre più incapaci di provare sentimenti, di avere preferenze, di consolidare gusti propri e, conseguentemente, ogni stimolo appare loro come insignificante: sono diventati *blasé*.
Ripropongo ora una delle citazioni più note e pregnanti di Simmel:

> L'essenza dell'essere *blasé* consiste nell'attutimento della sensibilità rispetto alle differenze fra le cose, non nel senso che queste non siano percepite -come sarebbe il caso per un idiota- ma nel senso che il significato e il valore delle differenze, e con ciò il significato delle cose stesse, sono avvertiti come irrilevanti[219].

In questo brano è importante notare lo scarto fra l'individuo *blasé* e l'onnivoro culturale: il primo dei due non dà alcun significato alla diversità, mentre per il secondo è questo valore aggiunto a fare la differenza.
Il consumatore onnivoro fotografato da Peterson sa che esiste un grande valore, non astratto ma direttamente traducibile a livello sia monetario che simbolico, nell'entrare in contatto con la diversità, siano essi altri individui, altri generi musicali o altre forme di

219 G. Simmel, *La metropoli*..., p. 43.

aggregazione sociale.
Questo diverso approccio sta proprio nel fatto che per l'onnivoro la diversità significa novità e, conseguentemente, possibilità di arricchimento.
Simmel indagò ulteriormente il fenomeno metropolitano e giunse alla conclusione che questa annoiata indifferenza è in realtà una forma di difesa posta in essere dall'abitante della grande città per garantirsi la sopravvivenza e, soprattutto, il mantenimento della propria posizione dominante.
Per evitare il fallimento sociale che deriva dal non essere in grado di stare al passo con il ritmo della vita metropolitana, nonché dallo stress derivante dal costante aggiornamento di valori e preferenze, il cittadino simmeliano preferisce non provare nulla.
Rimanendo legati *soprattutto* alla questione metropolitana, cito un secondo brano tratto dal saggio *Le metropoli e la vita dello spirito*:

> Forse non esiste alcun fenomeno psichico così irriducibilmente riservato alla metropoli come l'essere *blasé*. Innanzitutto, questo carattere è la conseguenza di quella rapida successione e di quella fitta concatenazione di stimoli nervosi contraddittori, dai quali ci è sembrato derivare anche l'aumento dell'intellettualismo metropolitano; tanto è vero che le persone sciocche e naturalmente prive di una vita intellettuale non tendono affatto ad essere blasé[220].

Essere *blasé* è dunque una caratteristica attribuibile alla sola fascia alta della società, proprio come l'onnivorismo è associato in maniera quasi esclusiva con i pochi che dominano la scala sociale.
In entrambi i casi non si tratta solo di una questione di dominio monetario-economico, comunque importante, bensì entra in gioco anche il capitale culturale di partenza che deve essere necessariamente medio-alto.

220 G. Simmel, *La metropoli*..., p. 42.

Si viene dunque a ribadire il concetto precedentemente analizzato secondo il quale solo coloro che sono in possesso di un certo livello di conoscenza sono "influenzabili" dalle tendenze contemporanee, siano esse negative come l'indifferenza *blasé* oppure fertili e di arricchimento come la dieta culturale onnivora.
Tendenzialmente le frazioni basse e popolari non si allontanano dalla loro "zona sicura", dai loro gusti di classe, perché non ne hanno le capacità o perché non hanno i mezzi necessari.
Indubbiamente il fatto che due teorie tanto dissimili abbiano riscontrato la medesima lontananza fra individui intellettuali e non rende il fenomeno non solo più concreto, in quanto è stato riscontrato da più studiosi, ma anche più indiscutibile.
Possedere un certo quantitativo di capitale economico e culturale è solo uno degli svariati elementi che accomunano l'individuo *blasé* e il consumatore onnivoro, oltre al già citato aspetto del medesimo spazio abitativo.
Come è stato accennato in precedenza, infatti, entrambe le categorie si ritrovano principalmente nelle grandi città e tendono a scomparire o ad affievolirsi nelle zone periferiche e di campagna.
Questi fattori comuni potrebbero indurre a pensare a una sovrapponibilità di queste due figure. Eppure le differenze sono molte e si basano soprattutto sul modo di reagire dei soggetti nei confronti della cosiddetta "crisi della modernità".
Simmel rivede nella tendenza ad essere *blasé* a un fedele riflesso soggettivo dell'economia monetaria, poiché è il denaro che pesa tutta la varietà delle cose in modo uniforme[221].
Concludendo un *excursus* tanto attuale come quello simmeliano non si può non accennare almeno una breve parentesi dedicata a un fenomeno tanto sociale e metropolitano come la moda.

221 G. Simmel, *La metropoli*..., p. 50.

Nel saggio appunto intitolato *La moda,* redatto in tre versioni -nel 1985, nel 1905 e infine nel 1911-, Simmel definisce questo fenomeno:

> La moda è imitazione di un modello dato e appaga il bisogno di appoggio sociale, conduce il singolo sulla via che tutti percorrono, dà un universale che fa del comportamento di ogni singolo un mero esempio. Nondimeno appaga il bisogno di diversità, la tendenza alla differenziazione, al cambiamento, al distinguersi. Se da un lato questo risultato le è possibile con il cambiamento dei contenuti che caratterizza in modo individuale la moda di oggi nei confronti di quella di ieri e di quella di domani, la ragione fondamentale della sua efficacia è che le mode sono sempre mode di classe, che le mode della classe più elevata si distinguono da quella della classe inferiore e vengono abbandonate nel momento in cui quest'ultima comincia a farle proprie[222].

Proprio come affermava Bourdieu ne *La Distinzione*, anche per l'abbigliamento si vengono a creare delle classi gerarchicamente ben distinte, la moda crea gruppi ed emargina gli agenti che non ne fanno parte generando un gioco di continue esclusioni e inclusioni.
Questa visione sulla moda è molto più in sincronia con il consumatore onnivoro rispetto alla teoria dell'individuo *blasé*: l'onnivorismo è indubbiamente imitazione di un modello dato, cioè quello dell'intellettuale a tutto tondo, inoltre è un atteggiamento riservato unicamente alle classi dominanti.
Un terzo aspetto che accomuna la moda e l'onnivorismo è la volontà di distinguersi nonostante l'uniformità sociale, la tendenza alla differenziazione è il vero scopo che indirizza la volontà dei consumatori sia che si tratti di abiti o di musica.
All'epoca di Simmel la moda non era un *business* come lo è oggi, ma il filosofo aveva già colto il valore di ascesa sociale che questa avrebbe sempre più assunto nel tempo. Indossare un abito è oggigiorno sempre meno un fatto pratico e sempre più una

222 G. Simmel, *La moda,* in *Arte e civiltà*, ISEDI, Milano 1976, p. 16.

questione di prestigio sociale, proprio come la musica.
Sebbene l'analisi petersoniana si sia limitata all'ambito musicale si potrebbe ipotizzare che gli onnivori culturali abbiano ampliato la loro dieta anche in altri ambiti, compreso quello stilistico.
Musica, moda e arte sono strettamente connesse, l'una richiama e influenza costantemente l'altra, basti pensare alla continua contaminazione fra opere pittoriche e *design* della moda come, ad esempio, la collezione di Yves Saint Laurent ispirata alle sperimentazioni astratte di Piet Mondrian.
Del resto, come abbiamo visto nel primo capitolo, anche Bourdieu ha sempre sostenuto il forte legame esistente nei consumi individuali, non solo fra le arti maggiori ma anche con quelle minori.
Seguendo le tracce della teoria distintiva bourdieuiana l'onnivorismo potrebbe non essere un fenomeno esclusivamente rivolto alla musica, ma sarebbe possibile pensare a una sua estensione anche ad altri rami.
A rinforzare questa ipotesi richiamo alla memoria quanto è stato precedentemente spiegato: Peterson e Bonnie Erickson sostengono che i consumatori onnivori hanno ampliato il raggio del loro consumo culturale poiché questo atteggiamento è potenzialmente più produttivo rispetto al rimanere legati a una dieta monotematica.
L'*highbrows* petersoniano, per poter consumare in modo proficuo vari generi musicali, è in possesso di una cultura generale appropriata, la quale è la medesima base, lo stesso *underground* culturale, che condivide con altre discipline come arte e moda.
Per estendere ad altri ambiti il già formato patrimonio culturale intellettuale basterà ampliare il raggio d'azione, il che potrebbe rivelarsi talmente facile da considerarsi quasi un atteggiamento naturale.
Ampliare la propria cultura su un terreno già saggiato e oltretutto fertile non solo sarà uno sforzo minimo, ma darà anche grandi risultati sul piano dell'ascesa sociale, una cosa che l'elitista onnivoro non può di certo ignorare.

3.3 Le mille facce di Manet

Una visione affine a quanto detto sin ora si può ritrovare nel pensiero sociologico di Walter Benjamin, il quale si discosta tuttavia da Simmel poiché, alla fine della sua carriera accademica, giungerà ad una visione pacificata per quanto riguarda il conflittuale rapporto fra cultura e consumo.
I primi passi del sociologo in tale direzione si ritrovano nella sua teoria della scomparsa dell'aura, una riflessione in cui originalità e artisticità si fondono in un unico e insostituibile elemento che contribuisce a determinare un'opera d'arte.
Benjamin -1982-1940- è stato un filosofo tedesco vissuto nella Berlino schiava del periodo fascista, bisogna dunque precisare che la teoria della scomparsa dell'aura è anzitutto una caratteristica dell'"epoca delle masse"[223], nel senso che essa nasce nei primi anni del Ventunesimo secolo, nella metropoli simmeliana, e da questa è alimentata.
In un mondo dove i *personal computer* ancora non dominavano la scena, Benjamin ci parla infatti del cinema e della fotografia, i primi e unici mezzi di comunicazione di massa dell'epoca, macchinari che avevano a tal punto cambiato la concezione di *unicità* da incrinare persino il concetto di cosa è o non è arte.
Nell'epoca in cui è nata la riproducibilità tecnica Benjamin ci parla dunque dell*' hic et nuc* dell'opera d'arte, una caratteristica unica e la cui esistenza è vincolata al luogo in cui l'opera è stata generata.
Sembra dunque che il cosiddetto "secolo tecnologico" abbia creato gli strumenti necessari per incrinare l'unicità dell'opera d'arte. Ma l'avrà davvero distrutta?
Il sociologo arriva ad affermare che nella fotografia il valore di esponibilità ha cominciato a sostituire su tutta la linea il valore culturale[224], ma il vero artefice della completa distruzione dell'aura è stato da lui individuato nel cinema.

223 C. Cases, *Prefazione*, in W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica,* p. 9.
224 W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica,* Einaudi, Torino 2000, p. 28.

Benjamin arriva ad affermare quanto segue:

> Il cinema risponde al declino dell'aura costruendo artificiosamente la *personality* fuori dagli studi: il culto del divo, promosso dal capitale cinematografico, cerca di conservare quella magia della personalità che da tempo è ridotta alla magia fasulla propria del suo carattere di merce[225].

Indubbiamente cinema e fotografia hanno cambiato il rapporto fra arte e grande pubblico poiché generano un impatto che Benjamin definisce "simultaneo".
Prima dell'avvento della fotocamera un dipinto veniva fruito da un numero limitato di individui, ora invece la sua immagine riprodotta è esposta alle grandi masse; questo fenomeno è considerato dallo studioso come un primo sintomo della crisi della pittura.
Come mai prima d'ora un grandissimo numero di individui è ora in grado di godere della stessa immagine, o della stessa melodia, simultaneamente .
Provando ad attualizzare il pensiero benjaminiano possiamo dire che la possibilità di poter scaricare, ascoltare e riascoltare ovunque, e apparentemente senza impegno, un concerto per pianoforte e orchestra di Rachmaninov significhi sminuirlo.
E' però necessario precisare che, per Benjamin, la perdita dell'aura non implica solo aspetti negativi, bensì vi è un'altra faccia della medaglia e cioè che questa moltiplicazione è anche una è possibile fautrice di un'esperienza estetica più partecipata, più democratica e più inclusiva dell'arte.
Questa svalutazione non va intesa come la perdita dell'intrinseca qualità artistica dell'opera, bensì che tale riproduzione "inopportuna" porterà a una desacralizzazione generale dell'arte. Ne consegue che, privando l'arte del suo fondamento culturale, l'epoca della sua riproducibilità tecnica estinse anche e per sempre l'apparenza della sua autonomia[226].
La perdita dell'aura si può quindi leggere come lo smarrimento di un'unicità che era uno dei cardini su cui poggiava l'artisticità dell'opera d'arte.

225 W. Benjamin, *L'opera d'arte...,* p. 34 .
226 W. Benjamin, *L'opera d'arte...,* p. 29.

Ridurre a un *file* mp3 un lavoro talmente complesso, e a tal punto magnifico da poter essere definito arte, genera la perdita dell'irripetibilità che caratterizzava il suo usufrutto nell'epoca in cui l'opera era stata concepita.
Essendo la musica un'arte meno materica rispetto ad altre forme di cultura appare utile accennare a un ulteriore caso, ad esempio la mostra che ha raggiunto livelli così alti al botteghino da prorogarne la chiusura: *Manet ritorno a Venezia*.
La splendida *Olympia* di Manet è da mesi che invade sia Venezia che le zone limitrofe con poster pubblicitari, *flyer*, special televisivi, servizi alla radio etc., la materica pennellata del maestro viene ingrandita, o rimpicciolita, per ritrovarsi infine stampata su borsette di cotone o su set di sottobicchieri.

Img. 7a.

Img. 7a- 7b. *Les chaussures de Manet*[227].

Img. 8. *Cover* per *i-phone* e sottotazza[228].

227 Vedasi http://www.laviejaime.com/2011/03/les-chaussures-de-manet.html
228 Vedasi http://www.zazzle.com

Il problema per Benjamin è appunto questo: che la pittura non è in grado di proporre l'oggetto alla ricezione collettiva simultanea[229]; questo però non è applicabile a tutte le forme artistiche esistenti.
Anche Dorfles appoggia questo punto di vista, lo si legge nel testo *Le oscillazioni del gusto, l'arte fra tecnocrazia e consumismo:*

> L'arte propinata oggi dai media meccanizzati venne perciò a perdere buona parte di quella con-partecipazione magico-rituale da parte dello spettatore che era sempre presente nella assunzione diretta: al concerto, in chiesa[230].

Risulta però davvero difficile credere che la storia della musica sia proseguita a tal punto da giungere all'estetica del silenzio di John Cage ma che non sia possibile distaccarsi dagli spazi tradizionalmente adibiti alla musica come le sale da concerto e i teatri.
Ancor più paradossale risulta il fatto di fare queste riflessioni alla luce di quanto detto dello stesso Benjamin: in linea di principio, l'opera d'arte è sempre stata riproducibile[231].
Basta pensare alla musica, che per sua stessa natura necessita di essere riprodotta in tempi e luoghi diversi per poter essere fruita, per convincersi del fatto che essa, a differenza della pittura, è adatta alla *ricezione collettiva simultanea*.
Secondo Benjamin la perdita dell'esperienza e dell'unicità di un'opera può portare anche ad aspetti negativi come il generare nell'individuo alienazione; è dunque importante chiedersi se questo pensiero sia applicabile anche al consumo onnivoro dell'arte.
Quella di Benjamin è stata definita da alcuni, fra tutti spicca in particolare il già citato Lukàcs, come una posizione *romantico-anticapitalistica* a causa dell'attaccamento a concetti tipicamente romantici come quello dell'unicità dell'opera d'arte oppure all'idea

229 W. Benjamin, *L'opera d'arte...,* p. 39.
230 G. Dorfles, *Le oscillazioni del gusto...,* p. 114.
231 W. Benjaimn, *L'opera d'arte*..., p. 20.

dell'artista come unico genio creatore.
Tuttavia, seppure l'idea dell'aura abbia in sé un qualcosa di magico e onirico, non dobbiamo scordare di contestualizzare la figura del filosofo in un momento storico completamente diverso da quello romantico, e cioè quello del fascismo, il periodo dell'estetizzazione marinettiana della guerra e delle masse[232].
Nella *Postilla* conclusiva del già citato saggio *L'opera d'arte nell'epoca della tecnica,* egli conclude affermando:

> Alla violenza esercitata sulle masse, che vengono schiacciate nel culto di un duce, corrisponde la violenza da parte di un'apparecchiatura, di cui esso si serve per la produzione di valori culturali[233].

La posizione cui giunge il tardo Benjamin, anche se definita da Cases come in contraddizione con quella degli anni precedenti, si può considerare semplicemente come un passaggio da una posizione più ambivalente a una più netta, e cioè che all'idea di una perdita dell'esperienza reale da parte dell'uomo della società di massa egli sostituisce una visione in cui la tecnologia è un processo, non solo inevitabile, ma largamente positivo in quanto pone fine a una concezione aristocratica dell'arte[234].
Quest'idea, in effetti, si riaggancia a una delle due alternative proposte da Birghit Erickson nel già citato saggio *On Common Tastes: Heterogeneity and Hierarchies in Contemporary Cultural Consumption*: la tecnologia renderà i consumi più universali e democratici in linea con la teoria kantiana? Benjamin sembra rispondere in modo affermativo a questa questione, ma vedremo come con Peterson le conclusioni saranno molto diverse.
Un ulteriore aspetto positivo che Benjamin riesce a cogliere nella tecnologia contemporanea consiste nelle potenzialità che essa mette a disposizione per accrescere le nostre conoscenze di un'opera d'arte.
La fotografia, ad esempio, permette di cogliere particolari invisibili all'occhio nudo in opere d'arte fiamminghe, lo spettroscopio ha dato la possibilità di studiare l'andamento

232 W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica...,* p. 20.
233 W. Benjaimn, *L'opera d'arte...*, p. 46.
234 C. Cases, *Prefazione*, in W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica...,* p. 8

delle onde sonore, e così via.
Concludendo, seppure la posizione benjaminiana possa apparire per certi versi distante dalla situazione contemporanea, in essa ci sono non pochi elementi estremamente attuali come la teoria della perdita dell'aura che possono farci riflettere sulle varie sfaccettature dell' onnivorismo culturale.

3.4 Consumo o *fast-food*?

Questo breve riepilogo di teorie incentrate su una visione negativa della contemporanea società consumistica, in parte fautrici di una sorta di scetticismo nei confronti dell'onnivorismo, potrebbe contare molti più autori, ma per non divagare eccessivamente concluderò citando il filosofo e sociologo Zygmunt Bauman.
Bauman è uno dei più noti sociologi contemporanei tutt'ora viventi, nato nel 1925 è stato docente presso l'Università di Tel Aviv e l'Università di Leeds, ha inoltre lavorato per numerose riviste specializzate fra cui *Sociologia na co dzien*.
Lo studioso di origini polacche ha basato il lavoro di una vita sull'elaborazione di una teoria fortemente critica nei confronti della mercificazione che, a suo parare, oggigiorno coinvolge ogni aspetto della quotidianità.
L'approccio anti-modernista baumaniano che voglio qui sottolineare si evince sin dai titoli dei suoi testi: *Vite di scarto, La società sotto assedi*o, *Consumo, dunque sono* etc.
La rete informatica, che nella teoria del consumatore onnivoro petersoniana era vista come ricca portatrice di alternative culturali, ci viene mostrata da Bauman attraverso le lenti di una critica profonda e senza mezzi termini.
Secondo l'ottica del filosofo, adeguarsi alla tecnologia non è più una pratica riservata agli abitanti delle cosiddette metropoli ma è diventata una necessità e la “morte sociale” attende coloro che non vogliono, o non possono, collegarsi alla rete.
A differenza della teoria onnivora la tecnologia non è vista da Bauman come un mezzo per espandere le proprie conoscenze e, conseguentemente le proprie capacità, bensì come “sabbia sotto cui mettere la testa”.

Il filosofo giunge persino a dare una nuova definizione di vita sociale, storpiandola in *vita elettronic*a o *cyber vit*a, un esistenza passata più al computer che con altri individui[235].
Ammesso e non concesso che esista una vera crescita culturale attuabile attraverso internet, Bauman nega comunque ogni possibile forma di condivisione diretta di questa: l'individuo è indotto dalla tecnologia a restare solo.
La rete sociale, elemento portante per la dominazione degli elitisti onnivori, viene completamente negata nella filosofia baumaniana, semplicemente non esiste, non è necessaria nel nuovo rapporto che l'individuo ha con la società.
L'agente sociale non potrebbe essere più passivo di quello dipinto da Bauman, persino la soggettività è stata da lui definita come una merce, essa è infatti definita come un *feticcio*[236].
Riporto ora questa citazione che è a mio parere particolarmente significativa poiché richiama alla memoria concetti trattati nel primo capitolo:

> Possiamo dire che il "consumismo" è un tipo di assetto sociale che risulta dal riutilizzo dei bisogni, desideri e aspirazioni dell'uomo prosaici, permanenti e per così dire "neutrali rispetto al regime" facendone la principale forza che alimenta e fa funzionare la società e coordina la riproduzione sistematica, l'integrazione sociale, la stratificazione sociale e la formazione degli individui, oltre a svolgere un ruolo di primo piano nei processi di autoidentificazione individuale e di gruppo e nella scelta e ricerca dei modi per orientare la propria esistenza[237].

Ritroviamo quindi la medesima riflessione bourdieuiana sulla capacità dei consumi individuali di innescare qualifiche sociali, distinzioni di classe e soprattutto

235 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono,* GLF editori Laterza, Roma 2010, p. 5.
236 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 20.
237 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 36.

rafforzamenti delle gerarchie sociali.
Bauman non critica il consumo in sé, piuttosto egli lo reputa come una delle cose più naturali nell'uomo, una tendenza innata proveniente direttamente dal primitivo istinto di sopravvivenza biologica; il problema sta piuttosto nel consumismo da lui definito come uno specifico attributo della società contemporanea[238].
Il consumismo ha oggi un ruolo così importante nella vita delle persone che Bauman lo definisce come *lo scopo stesso dell'esistenza*, *la principale forza che alimenta e fa funzionare* la società e coordina la riproduzione sistematica, l'integrazione sociale, la stratificazione sociale e la formazione degli individui, oltre a svolgere un ruolo di primo piano nei processi di autoidentificazione individuale[239].
Sono dunque duplici le potenzialità intrinseche del consumismo: a livello collettivo mantiene l'ordine sociale mentre a livello individuale orienta gli individui nell'intero percorso della loro vita.
Questo processo si innesca nel momento in cui agli agenti sociali viene tolta ogni possibilità di desiderare e volere qualsiasi cosa, a partire dall'oggetto di consumo sino ad arrivare ai contatti umani, e questa mancanza viene riconvertita come forza estranea che mette in moto la società dei consumi.
Quest'idea si ricollega indubbiamente con la teoria dell'individuo *blasé* simmeliana poiché si ritrova la medesima mancanza di qualsivoglia volontà, o anche solo "appetito", da parte del consumatore.
Bauman richiama altresì la questione, già vista in Simmel e Benjamin, dell'eccesso di stimoli a cui il cittadino contemporaneo viene sottoposto.
Se confrontato con quello dei due autori sovracitati, il punto di vista di Bauman risulta maggiormente indirizzato verso una critica al consumismo, vero fautore di questa crisi di ambizioni.
La vera forza di questo processo consiste nell'aver generato un circolo vizioso basato sulla ricerca di una felicità che in realtà altro non è che una perpetua *non-soddisfazione* [240]. Il consumo tipico della contemporaneità, infatti, non può generare benessere perché non vi è alcun tipo di stabilità del mercato: ogni prodotto, sia esso artistico o meno, viene lanciato sul mercato e indicato come oggetto necessario per la realizzazione

238 *Ibidem.*
239 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 37.
240 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 59.

personale, poco dopo l'atto di consumo l'oggetto viene svalutato e nuovi oggetti compaiono sulla scena.
Apparentemente ogni articolo sembra possedere le caratteristiche necessarie per dare la felicità tanto agognata, ma il mercato, per poter funzionare correttamente, deve investire continuamente su qualcosa di nuovo e più indispensabile ma non irraggiungibile.
Ogni prodotto è, o sembra, a portata di mano -proprio come appare a prima vista nella teoria onnivora- e questo apparente piccolo sforzo porta a un incessante scalata che non può che generare una cronica insoddisfazione.
Il cliente gode unicamente dell'atto del consumo, il momento in sé e poco altro, poiché in un arco di tempo brevissimo il mercato svaluta il prodotto precedentemente decantato; quello che inizia come sforzo per soddisfare un bisogno deve diventare alla fine una coazione o un'assuefazione[241].
Non a caso Bauman parla non solo di *economia dello spreco*, ma anche di *economia dell'illusione*, termine volto a sottolineare l'inganno soggiacente all'economia di mercato che rende i cittadini schiavi di quelli che ritengono essere i propri bisogni.
Bauman sostiene che i consumatori definiti come "maturi", cioè coloro che stanno sui gradini più elevati della scala sociale, accettano di buon grado la brevità del ciclo di vita che il consumismo impone agli oggetti poiché la vedono come una liberazione il cestinare subito ciò che è diventato inutile.
Andando per esclusione appare chiaro il fatto che la condizione di schiavitù e di insoddisfazione cronica baumaniana è riservata solamente alle grandi masse.
Risulta particolarmente evidente come molte delle teorie affrontate sin ora hanno come comune denominatore il fatto di dare molta importanza alla fragilità umana, in particolare all'aspetto di sottomissione inconsapevole a cui tutte le classi sono sottoposte.
In tutte queste teorie la differenza basilare fra i dominanti e i dominati è la medesima e consiste nel fatto che le classi inferiori appaiono incapaci di reagire e di adattarsi alle condizioni sia ambientali che di mercato imposte dalla contemporaneità.
E' presumibile che questo sentire collettivo si rifletta negativamente sulla percezione della teoria onnivora, la quale potrebbe essere vista come una forma di assoggettamento dell'agente sociale da parte dei media.

241 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 60.

Volendo sottolineare con le parole dell'autore questo concetto tanto importante, richiamo alla memoria un brano decisamente rappresentativo:

> Tale irrilevanza si traduce, nel codice di comportamento dei consumatori, in un ingordigia indiscriminata e onnivora: una forma radicale ed estrema di strategia esistenziale da ultima spiaggia che *scommette su più tavoli*, in un contesto di vita contraddistinto dalla "puntinizzazione" del tempo e dall'assenza di criteri affidabili per separare il messaggio dal rumore, ciò che è rilevante da ciò che non lo è[242].

Bauman mostra di non conoscere l'ipotesi onnivora quando ha scritto queste parole eppure sembra di leggere una critica diretta proprio alla teoria petersoniana; difatti l'intellettuale onnivoro "*scommette su più tavoli*", ma questo fatto non è visto né in maniera negativa né come un comportamento da evitare, bensì come una vera e propria ricchezza da perseguire.
La perpetua non-soddisfazione baumaniana è letta dai sostenitori della teoria onnivora in maniera diametralmente opposta, essa è un *input* per un continuo arricchimento personale, consumare non è solo un atto fine a se stesso, ma è una continua ricerca di appagamento personale.
Il ciclo apparentemente infinito di "carenza-desiderio-consumo" non genera assuefazione, bensì continui stimoli e questo è ciò che avviene quando si entra in contatto con la diversità, la voglia di novità non è imposta dalla società ma è ormai naturale in un mondo globalizzato.
Quello che da Bauman è visto come un "processo di decivilizzazione"[243] in Peterson appare dunque come la chiave per una nuova e più completa formazione dell'individuo a patto che esso sia in grado di usufruirne.
Anche la musica si potrebbe avvicinare a questo ciclico schema poiché essa risulta

242 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 54.
243 Z. Bauman, *Consumo, dunque sono...*, p. 93.

onnipresente e in costante mutamento, le tendenze cambiano ogni mese e queste vengono inoltre mercificate fino a confondersi con il *merchandising*, ma ciò non significa che gli utenti debbano sottostare a queste ambigue regole di mercato.
Anche se la musica "usa e getta" si impone nelle nostre vite non vuol necessariamente dire che i consumatori debbano approcciarsi alla cultura solamente in questo senso e gli onnivori ne sono la prova.
Inoltre ricordo quanto detto in precedenza e cioè che l'apertura del consumatore onnivoro è sì molto ampia ma è sempre qualificata, non si nutre di quelli che abbiamo definito come *jingle* o motivetti, essi accettano molte cose ma "ripugnano oggetti particolari in modi particolari"[244].
La questione è dunque questa: siamo di fronte a atti di consumo o a un *fast food*?
Consumare non dovrebbe apparire come un atto degradante, eppure spesso è così definito, soprattutto quando si associa il termine all'ambito alimentare.
Basti pensare al personaggio dei cartoni animati Homer Simpson, perfetto stereotipo della voracità non solo alimentare relativa a tutti i prodotti spazzatura della cultura post-moderna statunitense.
L' onnivorismo è dunque visto da molti come sinonimo di insaziabilità e non come la capacità di adattamento che invece rappresenta.
In una società dove molti ritengono che l'arte dovrebbe stare in un mondo a sé stante, e sicuramente molto lontano da bisogni carnali come il mangiare, la scelta del termine onnivorismo potrebbe apparire impropria e l'associazione fra dieta e consumi artistici azzardata. Eppure questa provocazione petersoniana è, secondo la mia opinione, non solo adatta ma anche aperta a molte e sfaccettate interpretazioni.
Concludendo, queste tre riflessioni filosofiche e sociologiche non si possono definire come "giuste" o "scorrette", ma bisogna considerarle come un singolo aspetto facente parte di un quadro molto più ampio e poliedrico di cui anche le teoria petersoniana fa parte: vedere una parte come se fosse il tutto significherebbe essere unilaterali.

244 B. Eriksson, *On Common Tastes...,* p. 48.

3.5 Questione di *habitus*

Dopo aver analizzato alcune teorie, in parte contrastanti con i principi base dell'onnivorismo culturale, diviene ora necessario soffermarsi su un approccio che diversamente valorizza aspetti della contemporaneità da altri denigrati e, di riflesso, può consentirci di apprezzare la ricchezza della teoria petersoniana.
Questo paragrafo conclusivo è dedicato a una breve analisi del filosofo John Dewey, un riferimento imprescindibile in quanto il suo approccio offre un diverso punto di vista nel dibattuto rapporto fra individuo e società.
Dewey è stato un noto filosofo statunitense, vissuto fra il 1859 e l'1952, oltre alla carriera accademica si è dedicato con forza all'impegno politico, è inoltre considerato uno dei padri del pragmatismo americano.
In questo paragrafo si torna nuovamente a parlare del concetto di *habitus,* la cui interpretazione deweyana è per certi aspetti affine a quella bourdieuiana mentre per altri, come vedremo, se ne discosta nettamente.
Considerando come un punto di partenza quanto detto precedentemente su Pierre Bourdieu, notiamo come il filosofo statunitense arricchisca ulteriormente il discorso fin dal termine con cui si riferisce alla questione, egli difatti non parla di un *habitus* ma di abiti. L'uso del termine al plurale è una precisa scelta stilistica e non solo indica il fatto che un solo individuo può possedere più di un abito, ma apre anche la possibilità alla coesistenza di più abiti divergenti in un solo soggetto[245].
In questo brano Dewey propone una spiegazione complessiva del concetto di abito:

> La parola "abitudine", usata come l'abbiamo usata noi, può sembrare un pochino distorta dal suo uso abituale. Ma noi abbiamo bisogno di una parola che esprima quel genere di attività umana che è influenzata da un'attività precedente, e in questo senso è acquisita; che contenga in se stessa un certo ordinamento o sistemazione di minori elementi di azione; che sia prospettica, di qualità dinamica,

245 R. Dreon, *John Dewey: l'abito fa il naturalismo culturale,* in *BOLLETTINO FILOSOFICO, vol. XXVI, 2010.*

> pronta a manifestarsi apertamente, e che operi in qualche forma attenuata e subordinata anche quando non domini palesemente l'azione: e la parola «abitudine» nel suo senso ordinario si avvicina più di qualsiasi altra a denotare questi fatti[246].
> L'essenza dell'abitudine consiste in una predisposizione acquisita a modi determinati di risposta, non a particolari atti: eccetto il caso che essi, in particolari condizioni, esprimano un modo di comportamento. L'abitudine significa una particolare sensibilità o accessibilità a certe classi di stimoli, delle predilezioni e avversioni costanti, piuttosto che il mero ricorrere di atti specifici.[247]

In base a questo scritto possiamo riassumere i seguenti punti: innanzitutto l'abito è acquisto, cioè l'individuo agisce in base a comportamenti precedentemente attuati e, in secondo luogo, è proiettato nel futuro nel senso che indirizza il comportamento individuale anche in situazioni inedite.
In Dewey gli abiti servono a comprendere la natura delle azioni azioni umane, da quelle più complesse a quelle più istintive, persino il consumo di prodotti artistico-musicali che abbiamo analizzato sin ora si può spiegare grazie a questi.
Gli abiti sono dunque presenti in ogni aspetto della vita umana, ad ogni necessità corrisponde infatti uno di questi, ne esistono per le funzioni motorie, per le pratiche quotidiane, per le propensioni artistiche etc.
L'abito deweyiano è un'atteggiamento, un modo di interagire con il mondo circostante, e il filosofo aiuta il lettore a giungere a un piena comprensione di questo complesso concetto attraverso un paragone con i bisogni corporei:

> Le abitudini possono utilmente essere paragonate a funzioni fisiologiche, quali la respirazione e la digestione. […] le abitudini sono simili a tali funzioni, specialmente in quanto richiedono la

246 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo: Introduzione alla Psicologia Sociale*, La Nuova Italia edizioni, Firenze 1968, p. 47.
247 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 49.

> cooperazione dell'organismo e dell'ambiente. Le operazioni naturali come la respirazione e la digestione e quelle acquisite come il parlare e l'onesta sono funzioni tanto dell'ambiente quanto della persona[248].

Ciò che gli abiti e le funzioni biologiche condividono è il fatto che entrambe, per poter agire, hanno necessariamente bisogno di un'organismo e di un'ambiente che interagiscano fra di loro.
Dewey spiega come respirare sia un fatto che riguarda tanto i polmoni quanto l'ambiente, questo significa che per compiere tale atto l'individuo necessita sì degli organi ma anche dell'aria presente nell'atmosfera.
Ovviamente le differenze fra i due elementi sovracitati sussistono, per esempio la digestione o la respirazione agiscono indipendentemente dalla volontà del soggetto, ma questo vale solo in parte per gli abiti.
Ciò che invece accomuna gli abiti e l'atto respiratorio è il fatto che queste sono entrambe disposizioni che indirizzano il comportamento degli individui.
Un'altra fondamentale caratteristica degli abiti deweyiani consiste nel fatto che questi non sono il frutto di un'azione individuale ma nascono in quanto essi sono stati precedentemente imposti. Questo cosa significa?
Proprio come aveva sostenuto in precedenza Bourdieu, Dewey conferma la medesima natura degli abiti: essi si sviluppano sin dai primi istanti di vita, quando non si è altro che esseri dipendenti dagli altri.
L'ambiente e il comportamento sociale vengono assorbiti fin dalla prima infanzia, il neonato apprende ogni nozione e ogni modo d'azione da genitori e parenti, cioè da individui già completamente formati con proprie connotazioni sia sociali che individuali.
Ciò che a Dewey preme sottolineare non è tanto l'apprendimento socialmente connotato dell'infante ma piuttosto la situazione di dipendenza a cui ogni individuo è assoggettato.
Sostanzialmente il filosofo afferma che il significato delle attività native non è nativo: è acquisito e dipende dall'interazione con *medium* sociali maturi[249].

248 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 21.
249 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 98.

Sinteticamente egli afferma che:

> Le abitudini in quanto attività organizzate sono secondarie e acquisite, non native e originarie[250].

La condizione di dipendenza dell'essere umano persiste inoltre anche in età adulta, difatti non è più il soggetto a dominare la scena bensì sono la collettività e la rete sociale ad assumere una posizione dominante.
Questo anti-soggettivismo deweyiano si discosta fortemente dalla precedente tradizione modernista ed è volto a sottolineare come l'individuo non sia né indipendente dall'ambiente circostante né autonomo rispetto alla collettività, bensì strettamente dipendente da entrambi.
Anche in questo caso ritroviamo un concetto già visto nei paragrafi precedenti e cioè il crollo della centralità dell'uomo e della sua individualità, con la differenza che in Bauman si parla di vera e propria sottomissione mentre in Dewey viene solo a mancare l'autodeterminazione soggettiva come aspetto primario.
Il filosofo prosegue poi la sua trattazione sostenendo che il bambino, oltre a essere inserito in una famiglia, è contestualizzato anche in un quartiere, in una parrocchia, in una scuola etc., cioè in un'ampia rete sociale a sua volta fortemente connotata.
Il giovane agente sociale aderisce spontaneamente al mondo che gli si presenta davanti, spesso perché questa è la strada più facile da seguire, basti pensare al fatto che spesso si aderisce alla religione indottrinata in seno alla famiglia, lo stesso vale per la lingua, le movenze etc.
Dewey spiega come, diversamente, ben pochi soggetto virano la traiettoria indicata dagli abiti:

> Poche sono le persone che hanno o l'energia o i mezzi finanziari per costruirsi strade private per viaggiarci. Trovano conveniente, «naturale», servirsi delle strade che ci sono già:

250 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 97.

> del resto, a meno che le loro strade private non si riallaccino in qualche punto alla strada maestra, essi non potrebbero costruirle, anche se volessero[251].

Questa citazione deweyana risulta chiara ed esemplificativa per quanto riguarda i dubbi relativi alla teoria onnivora che hanno aperto questo elaborato: l'ampliamento della gamma musicale fruita dai consumatori contemporanei è indice di una più democratica maniera di fruire l'arte o si tratta di una nuova sagoma che nasconde la medesima forma di dominazione bourdieuiana?
Gli individui dotati di un basso capitale economico e culturale diventeranno anch'essi consumatori onnivori? La risposta è, nuovamente, no.
L' onnivorismo è una tendenza riservata esclusivamente a coloro che non solo hanno i mezzi adatti per poterla gestire, ma che siano anche in possesso degli abiti - o dell'*habitus*- che li indirizza verso quella direzione.
I ceti più bassi non hanno i mezzi e non hanno le capacità di seguire questa tendenza, non di tratta quindi di democrazia o di ampliamento delle possibilità, bensì di potenzialità comunque riservate a pochi.
Per poter comprendere al meglio il messaggio deweyiano diviene necessario inserire quanto detto sin ora all'interno di un quadro più ampio e cioè quello nel *naturalismo culturale*. Questo concetto è difficile da definire, il naturalismo di cui Dewey si fa interprete non è propriamente caratterizzabile nei termini di una teoria filosofica, ma rientra piuttosto in una sorta di presupposto naturale del suo pensiero[252].
Dewey fu un deciso sostenitore del principio di unità fra società e individuo, contrapponendosi fortemente al dualismo che comunemente li dissocia e, proprio a sostegno di questa tesi, elaborò il *naturalismo culturale,* un espressione da lui concepita negli anni '30 nel testo *Logica, teoria dell'indagine*.
Questa continuità si manifesta innanzitutto nella condizione dell'individuo il quale è inserito sin dalla nascita, e in modo spontaneo e istintivo, in un ambiente che è sia naturale che sociale. L'*habitat* umano consiste infatti in uno "spazio dell'agire", dove si

251 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 65.
252 A. M. Nunziante, *Lo spirito naturalizzato: la stagione pre-analitica del naturalismo americano*, Verifiche, Trento 2012, p. 25.

connettono sia aspetti culturali e sociali che fisici e ambientali, talmente uniti da apparire indissociabili.
Questo significa che ogni azione umana, a partire da quelle più istintive e basilari come muoversi fino a quelle più specificatamente umane come la riflessione, nascono in uno spazio connotato anche biologicamente. Viceversa anche attività primarie, come il mangiare o vestirsi, sono culturalmente connotate cioè dipendono anch'esse dalla cultura del gruppo sociale dominante.
Ogni azione nasce dunque dall'interazione di un essere umano con l'ambiente, non esiste infatti alcuna azione che sia esclusivamente sociale o naturale.
Dewey stesso spiega questo procedimento:

> Per dare una base razionale alle discussioni morali, dobbiamo cominciare dal riconoscere che le funzioni e le abitudini sono modi di usare e di incorporare l'ambiente, rispetto ai quali quest'ultimo ha voce in capitolo quanto le prime[253].

L'essere umano si forma dunque in uno spazio dove il naturale e il culturale coesistono e alla cui formazione contribuisce in prima persona.
Ambiente e organismo si possono considerare come due fasi di uno stesso processo: le caratteristiche del primo agiscono sul comportamento del secondo mentre, viceversa, gli atteggiamenti, i pensieri e le azioni degli individui contribuiscono a connotare lo spazio in cui si trovano.
L'ambiente influisce nelle azioni dei soggetti, per esempio imponendo dei limiti e restrizioni, ma anche la cultura umana è in grado di operare sul naturale connotandolo con certi costumi e usanze.
Interazione è dunque la parola chiave per spiegare il rapporto fra organismo e ambiente, fra natura e cultura, fra società e individuo.

253 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 22.

Stando a questa affermazione, anche ascoltare musica o fruire di un certo tipo di oggetto artistico è correlato sia con l'individuo che con lo spazio ad esso circostante.
In base a quanto detto nei paragrafi precedenti la relazione fra consumatore e città metropolitana è stata colta già da tempo, grazie all'ovvia relazione simbiotica che lega le due componenti, ma spesso è stata vista unicamente in maniera dualistica.
Stando alle teorie deweyiane si potrebbe invece affermare che l'onnivorismo è frutto di un'interazione positiva fra cittadini e ambiente, fra individui e società.
Dewey afferma che non tutti i cittadini rispondono agli stimoli imposti dall'ambiente nella stessa maniera e questo dipende largamente dagli abiti in loro possesso: stesse situazioni generano risposte opposte, proprio come avviene fra consumatori i onnivori e gli univori.
E proprio a sostegno di questa tesi Dewey afferma:

> Qualsiasi impulso può organizzarsi quasi in qualsiasi disposizione a seconda del modo in cui interagisce con l'ambiente.[...] Il risultato effettivo dipendente da come l'impulso si intreccia con altri impulsi. Ciò dipende a sua volta dagli sbocchi concessi e dalle inibizioni imposte dall'ambiente sociale[254].

In base a questa citazione possiamo dire che l'esito dell'onnivorismo dipende non solo dal modo in cui gli elitisti hanno risposto agli impulsi ambientali, ma anche da come questo impulso si sia intessuto con altri elementi come l'ampia rete sociale, la volontà di mantenere la propria posizione sociale di dominio, etc.
Gli abiti posseduti dalla classe dominante avrebbero dunque indotto gli elitisti ad appoggiare la tendenza onnivora, mentre questa spinta non è stata suggerita dagli abiti di individui appartenenti a ceti sociali più bassi.
Gli *higbrows* hanno accolto certi aspetti dell'ambiente metropolitano, i quali li hanno infine portati a creare la loro personale dieta onnivora, diversamente i non intellettuali

254 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 103.

sono stati più sensibili ad altri aspetti della modernità e si sono limitati a restare ancorati a una gamma di gusti artistici limitata.
L'ambiente è il medesimo, sono gli abiti che hanno indirizzato gli agenti sociali attraverso strade divergenti.
Quanto detto sin ora trova conferma in questa citazione del critico deweyiano James Campbell: la forza dell'abitudine, secondo Dewey, è una parte della natura umana più forte e più profonda di quanto sia il desiderio di cambiamento[255].
Anche se gli agenti, sia coloro che stanno nei gradini più alti che in quelli più bassi della scala gerarchica, volessero cambiare la loro condizione, per Dewey non vi è possibilità di riuscita.
E' bene precisare che quella della dieta onnivora, e lo stesso vale per quella univora, non è stata una scelta precisa e individuale da parte degli agenti, la soggettività in questa scelta è emersa solo successivamente.
L' onnivorismo si potrebbe definire come un abito, o come una serie di abiti, la cui essenza consiste nella capacità di selezionare una più vasta gamma di stili musicali con lo scopo di mantenere il dominio nella scala sociale.
In *Natura e condotta dell'uomo* Dewey afferma che un'*idea acquista una forma consistente solo quando le sta dietro un'abitudine,* in questo senso possiamo invece vedere nell'onnivorismo un abito bourdieuiano riadattato alle esigenze che l'ambiente contemporaneo impone.
Diversamente da quanto sosteneva Bourdieu, per Dewey gli abiti non sono fissi bensì sono suscettibili di cambiamenti, esistono abiti "intelligenti" e abiti "regressivi" che necessitano di essere revisionati dall'individuo. Il processo di messa in discussione degli abiti non è però né immediato né totalizzante, nel senso che non può esistere una totale frattura con gli abiti precedenti. Ma andiamo per gradi.
Dewey dedica un'intero paragrafo intitolato "*Gli impulsi e il mutamento delle abitudini*", per spiegare in che modo, e attraverso quale ordine, avviene il cambio d'abito nell'individuo.
Per comprendere appieno questo passaggio è importante premettere che secondo l'opinione di Dewey nell'essere umano nessun comportamento è esclusivamente naturale, ogni azione o reazione è già socialmente connotata.

255 J. Campbell, *Understanding John Dewey: Nature and Cooperative Intelligence*, in *Open Court Publishing*, Chicago 1995, p. 124.

Per sentimenti come l'apprensione e il turbamento questa affermazione non crea particolari problematiche ma, nel momento in cui si prendono in considerazione diverse emozioni come l'eccitazione o la collera appare più difficile credere che queste siano già incanalate entro certi schemi.
Precedentemente ho accennato alla grande importanze che il filosofo attribuiva alla situazione di dipendenza dell'essere umano, la questione viene qui riproposta in quanto è proprio questa subordinazione a rendere gli istinti secondari.
Dewey spiega questa apparente discrepanza usando un sentimento apparentemente irrefrenabile e impulsivo come la rabbia:

> Queste e tutte le altre simili esibizioni d'ira non sono impulsi puri e semplici: sono abitudini formatesi sotto l'influsso dell'associazione con altri che hanno già delle abitudini e mostrano le loro abitudini nel modo in cui convertono un cieco sfogo fisico in una collera significativa[256].

Il filosofo statunitense propone anche un confronto, sempre affrontando il sentimento dell'ira, fra la reazione umana e quella animale.
L'ira umana non diviene mai bestiale e incontrollabile, piuttosto essa muta in qualcosa di più mediato come il risentimento o il rancore, questo atteggiamento deriva da abiti che sono stati imposti all'individuo sin dalla prima infanzia.
Con questo esempio Dewey vuole farci notare come ogni nostra azione, anche quelle apparentemente più bestiali nell'uomo, siano invece socialmente connotate.
Se ogni azione è in qualche modo già indirizzata, com'è possibile un cambio d'abito?
Gli impulsi sono la soluzione, questi difatti innescano un meccanismo che scardina i principi dell'abito esistente e, successivamente, avviano un processo volto ad attualizzarlo, a migliorarlo senza però eliminarlo totalmente.
Dewey sostiene che *gli impulsi sono i cardini su cui fa perno la riorganizzazione delle*

256 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 103.

attività, sono fattori di deviazione atti a dare una direzione nuova alle vecchie abitudini e a cambiarne la qualità[257].

Si potrebbe pensare che il rimodellamento di un abito debba necessariamente avvenire per un cambio generazionale ma non è così, questo processo può avvenire in ogni momento basta che gli impulsi siano liberi di lavorare sulle abitudini degli agenti sociali.

Un impulso può essere qualcosa di inaspettato che si presenta all'agente quando meno se lo aspetta, può essere una deviazione stradale, una variazione etnica al menù del solito ristorante oppure qualcosa di più impegnativo come una scoperta scientifica, ad esempio le cellule staminali, che mette in discussione dogmi e certezze.

In ambito artistico si potrebbe definire come impulso un *Attesa* di Lucio Fontana, un visitatore degli anni '50 indubbiamente non poteva aspettarsi una tela tagliata appesa al muro di un museo e questo scontro lo porta a interrogarsi e a cambiare le proprie consuetudini ricettive e interpretative di un'opera d'arte.

E' bene precisare che un individuo non può semplicemente cancellare un vecchio abito, tantomeno se l'unico mezzo che ha a disposizione è la propria volontà, quello che può fare è modificarlo riflettendo e interrogandosi sulle proprie convinzioni o idee.

Ripensare ai propri atteggiamenti e mettere in discussione ciò che è sempre stata considerata come una certezza è un'ottimo esercizio per mantenere i propri abiti intelligenti ma non solo, questo è soprattutto un modo per far emergere la propria soggettività.

> Infatti l'impulso quando deliberatamente si affermi contro il costume esistente è l'inizio dell'individualità nell'ambito mentale.
> Quest'inizio si sviluppa e consolida attraverso le osservazioni, i giudizi, i trovati originali che tentano di trasformare l'ambiente in modo che un impulso variabile e aberrante possa incarnarsi a sua volta in un'abitudine oggettiva[258].

257 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 100.
258 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 94.

Come ho precedentemente accennato l'individualità del soggetto non sta all'inizio di questo processo di revisione bensì subentra in un secondo momento, e cioè essa emerge solamente quando gli abiti entrano in crisi grazie a uno o più impulsi.
L'apprendimento di novità e lo scambio di idee sono ottimi mezzi per stimolare gli impulsi, spesso nascosti ma non per questo inesistenti, e proprio per questa ragione Dewey attribuisce un ruolo essenziale all'educazione scolastica.
Una buona formazione è un modo per interrogarsi su abiti consolidati e routinari ma non è il solo: anche lo scambio di vedute con individui diversi fra di loro porterà allo scontro fra abiti divergenti.
L'incontro fra due individui portatori di abiti, usi e costumi profondamente diversi genera infatti domande e conflitti nelle credenze fin prime ritenute uniche e indiscutibili.
Come affermò Dewey *l*'impulso si intreccia con altri impulsi[259]; nel caso dell'onnivorismo l'incontro con la diversità è avvenuto su più livelli, in ambito musicale e in ambito sociale.
Gli elitisti statunitensi si sono scontrati con costumi differenti in *primis* quando la rete informatica ha messo a loro disposizione generi musicali profondamente diversificati, sia sonoramente che ritmicamente, rispetto ai generi tradizionalmente a loro associati.
In secondo luogo la globalizzazione, nata proprio in concomitanza con l'onnivorismo, ha generato una rete sociale complessa e diversificata imponendo all' *highbrows* l'ampliamento della propria rete sociale con individui portatori di abiti culturalmente diversi.
E' bene precisare che un cambio d'abito non necessariamente è destinato ad andare a buon fine, è possibile che si verifichi una rottura o un'irrigidimento di questo.
L'impulso funziona in base al principio, già individuato da Bourdieu, per il quale l'*habitus*, o gli abiti che dir si voglia, tende a riproporre se stesso in una sorta di *routine* quotidiana. La forza dell'impulso sta nella novità che gli è intrinseca, nell'imporre nella mente del soggetto un'idea che prima non era mai stata sviluppata.
Un abito può entrare in crisi nel momento in cui le circostanze ambientali sono cambiate e credo che questo sia proprio il caso dell'onnivorismo.

259 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 103.

L'unicità dell'opera d'arte era sempre stata data per scontata, era un abito consolidato e per certi versi rigido, ma l'avvento del cinema e della fotografia sono stati gli impulsi che hanno generato le riflessione benjaminiane e il conseguente cambio d'abito.
Seguendo il medesimo ragionamento i *personal computer, internet* e l'enorme ampliamento delle possibilità di acquisizione di cultura, sia alta che popolare, hanno portato gli *highbrows* americani a interrogarsi sui propri modi di fruire dell'arte.
Si è dunque innescato un cambio d'abito: in che modo il mio consumo artistico può diventare più produttivo? Alla luce di questi nuovi mezzi il mio precedente comportamento non può funzionare, come posso usare queste novità per rimarcare la mia posizione di dominio?
Le risposte a queste domande, tanto quanto la formulazione di queste, non sono interamente consce nell'agente sociale, ma indubbiamente una parte dell'esito conclusivo è sicuramente dovuta alla volontà del soggetto.
Le analisi petersoniane hanno mostrato come l'abito bourdieuiano sia entrato in crisi con l'avvento della tecnologia moderna, probabilmente senza questa trasformazione ambientale gli agenti sociali non sarebbero mai stati indotti a riflettere sui loro abiti.
Dewey ci viene incontro nell'interpretazione della teoria petersoniana anche nell'importanza da lui attribuita all'interazione con l'altro, e soprattutto con il gruppo, un elemento fondamentale anche nella formazione dell'onnivoro culturale.
Nel testo *Experience and Nature* Dewey arriva ad affermare quanto segue:

> [...] il fatto che il frutto della comunicazione sia il partecipare, il condividere, è un miracolo al cui confronto quello della transustanziazione impallidisce. Quando la comunicazione ha luogo, tutti gli eventi naturali son soggetti a riconsiderazione e revisione; essi vengono riadattati in modo da rispondere alle esigenze della conversazione, sia essa il discorso pubblico, o quel discorso preliminare che si chiama pensiero[260].

260 J. Dewey, *Experience and Nature...*, p.166.

Nella teoria petersoniana la rete sociale era quell'elemento che permetteva nell'individuo l'accrescimento e il consolidamento del proprio capitale culturale, la rete telematica ha sì aperto la strada all' onnivorismo ma è solo il contatto con l'altro che permette il salto di qualità che non tutti riescono a fare.
Sono sempre gli abiti che indirizzano i soggetti verso un certo tipo di socializzazione o verso un determinato aggregato di individui, e quando il gruppo è ampio e ricco di stimoli il rinnovamento di un abito è così automatico che appare naturale.
Appare forse meno ovvio il fatto che avere un'ampia e diversificata rete sociale non è una cosa che chiunque è in grado di gestire, sia a livello di conoscenze per questioni economiche.
Vorrei infine citare un altro testo deweyiano che offre la possibilità di vedere secondo una prospettiva più ampia la questione artistica in generale e la teoria onnivora in particolare: *Art as experience*, pubblicato nel 1934 e considerato come uno dei lavori più tardi del filosofo.
Il filosofo americano afferma che le opere d'arte arricchiscono le interazioni degli individui e, proprio per questo, devono far parte della nostra quotidianità.
Dewey, tanto quanto Bourdieu, sostiene che l'opera d'arte subisce una forte svalutazione nel momento in cui si viene a perdere sia il contatto con gli individui sia la funzione e lo scopo per cui essa era stata prodotta, egli parla di una collocazione dell'arte in un "regno separato", un luogo dove viene a mancare la continuità fra arte e vita che ricorda molto le metropoli sovracitate.
Certamente il discorso deweyiano è molto diverso e si basa principalmente alla questione della vitalità delle opere d'arte all'interno di un'istituzione museale che, secondo il filosofo, veniva a mancare.
La corrispondenza è però è visibile, principalmente per quanto riguarda l'idea che l'arte debba essere un'entità viva per poter davvero innescare degli impulsi nell'osservatore.
La quotidianità e il contatto con l'esistenza umana sono aspetti primario per l'opera d'arte e Dewey ne denuncia la mancanza; anche Bourdieu del resto è sempre stato un sostenitore di una visione dell'arte molto amplia e "distesa" nella quotidianità.
La separazione dell'arte della vita comune è bandita tanto da Dewey quanto dalla teoria petersoniana, un vaso antico può non avere senso in un museo tanto quanto l'ascolto di un'opera di Mozart ha valore anche se questo avviene dallo schermo di un portatile.

Sotto questo aspetto la teoria deweyiana si distacca in particolare da uno dai tre filosofi visti in precedenza, mi riferisco a Walter Benjamin, il cui concetto di artisticità è fortemente legato a un'idea di fruizione artistica meno quotidiana e diretta.
Dewey si sofferma a lungo sulla medesima problematica: cos'è l'opera d'arte? Il filosofo statunitense giunge però a risposte diametralmente opposte.

> L'ostilità ad associare l'arte ai normali processi della vita è un patetico e persino tragico commentario di come la vita viene ordinariamente vissuta[261]

Quest'ottica è molto lontana dalla teoria della scomparsa dell'aura e dal precedente esempio sulla mostra dedicata a Manet, poiché vede la necessità di inserire ogni tipo d'arte nella quotidianità anche se oggi, a volte, può significare darsi al *merchandising*.
Concludendo vorrei riassumere i punti della filosofia deweyana che possono aiutarci a vedere il fenomeno onnivoro sotto una diversa ottica:
- Gli agenti sociali sono connotati in modo fortemente corporeo e, in quanto tali, sono esseri dipendenti sia dalla società che dall'ambiente.
Questa condizione di strutturale dipendenza dell'essere umano porta a reiterare costantemente gli stessi comportamenti -abiti- e, conseguentemente, l'individualità e il rinnovamento non sempre emergono.

> In molti casi, i costumi, o le uniformità di abitudine largamente diffuse, esistono perché gli individui si trovano di fronte alla medesima situazione e reagiscono in modo simile. Ma in numero ancora maggiore di casi i costumi persistono perché gli individui formano le loro personali abitudini in condizioni che sono state prodotte da costumi precedenti[262].

261 J. Dewey, *L'arte come esperienza,* La Nuova Italia, 1967, p. 33.
262 J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo...*, p. 65.

Si potrebbe vedere nel comportamento dei consumatori univori un atteggiamento quasi automatico, né innovativo né ragionato, in quanto essi non fanno altro che continuare a perpetuare il medesimo modello riscontrato da Bourdieu nell'ambito parigino.
Diversamente l'onnivorismo culturale si può considerare come il frutto di un rinnovamento e di un cambio d'abito in senso deweyiano.
Se l'inclinazione che gli abiti danno all'agente sociale può spiegarne in parte le preferenza musicali, il contatto con l'altro è indubbiamente un secondo aspetto da tenere in considerazione.

- Il potere dell'arte può metterci in contatto gli uni con gli altri e con varietà più grandi sul significato della vita e della condizione umana[263], inoltre l'interazione e lo scambio con l'altro è ciò che rende l'onnivorismo un fenomeno ricco e in grado di far emergere la soggettività dell'individuo. Alla luce di quanto detto le teorie benjaminiane, simmeliane e baumaniane appaiono unilaterali, il soggetto non è più succube delle metropoli bensì è in grado di contribuire al rinnovamento dei propri abiti.
Considerando le teorie deweyiane come una premessa, la questione diventa dunque stabilire se l'agente sociale sia o meno in grado di essere responsabile dei propri consumi e, soprattutto, se ne abbia o meno le capacità. Proprio come sosteneva Dewey le capacità, le competenze e il capitale multiculturale che l'onnivorismo richiede per poter partecipare al "gioco sociale" non sono accessibili a tutti poiché richiedono un bagaglio economico e culturale di partenza non indifferente.
Il dominio simbolico bourdieuiano, attuabile tramite un buon uso dei vari capitali posseduti, è tutt'ora esistente ma è stato riconfigurato attraverso la fruizione di una più ampia varietà culturale.
L' onnivorismo è dunque la nuova forma di dominio culturale legittimata, sicuramente diversa da quella bourdieuiana ma non per questo meno potente.
Poco più di un'anno fa nei giornali statunitensi si leggevano proprio queste parole:

> *Omnivorousness is part of a much broader trend in the behavior of our elite, one that embraces diversity. Barriers that were once a mainstay*

263 D. J. Levitin, *Fatti di musica: la scienza di un'ossessione umana*, Codice, Torino 2008, p. 216.

of elite cultural and educational institutions have been demolished; inclusion is now the norm [264].

Queste considerazioni sono indubbiamente parziali e soggettive ma si possono considerare come un buon punto di partenza per future riflessioni in questo ambito. Resta quindi una sola domanda: dopo aver vagliato tutte le teorie precedenti, e averne confrontato i punti di lontananza e vicinanza, qual'è ora il destino delle teorie petersoniane?

3.6 Scenari futuri

Dicono che la musica sia lo specchio della società, non stupisce dunque che tanti studiosi ritengano che la nostra sia malata in quanto è questo il messaggio che veicola la situazione musicale vagliata sin ora.
Eppure sussistono ancora molte perplessità dietro l'etichetta di "musica commerciale". Indubbiamente ci si può porre davanti al *pop* come a un prodotto da "consumare", e la società stessa induce a farlo proponendo ascolti di bassa qualità e intasando la nostra quotidianità, ma non è la sola via percorribile.
Dewey ci insegna come questo non sia un percorso facile, trasformare un abito apparentemente logoro significa mettere in dubbio gli ingombranti pregiudizi sulla tecnologia musicale, sui consumi di massa etc., e accostarsi invece al panorama contemporaneo con l'intenzione di conoscere, studiare, analizzare quanto essa ha da offrire.
Gli agenti sociali sono indirizzati ma non costretti ad un consumo passivo, in questa direzioni ci sono anche degli aiuti, degli impulsi, studi e riviste come la *International Association for the Study of Popular Music*[265], e come del resto è stato lo stesso Richard Peterson, che combattono questa tendenza analizzando la musica pop non solo come

264 S. Khan, *the new Elitist*, New York Times, 7 Luglio 2012.
265 Vedasi http://www.iaspm.net/ oppure la versione italiana http://www.iaspmitalia.net/.

musica di consumo ma anche come espressione ricca di fermenti culturali e innovazione.
Il consumatore onnivoro ha rinnovato il suo abito e si è inserito nella schiera di coloro che non vogliono essere fruitori passivi, di coloro che fanno la differenza cercando di ascoltare invece di limitarsi a sentire.
Quando detto sin ora potrebbe apparire come la mera volontà di mitizzare e osannare la nuova tendenza onnivora degli intellettuali contemporanei il nuovo abito e la nuova dieta, ma questa visione sarebbe riduttiva poiché, in fondo, si tratta solo di rendersi conto di come questa sia per loro la scelta più proficua.
Un consumo culturale "usa e getta" non è vantaggioso né è in linea con la volontà della classe dominate, individuata sia da Bourdieu che da Peterson, di volersi distinguere.
Non nego che ci sia del vero in quanti affermano che il consumismo abbia in parte sminuito il valore artistico di una certa fetta della cultura contemporanea ma, come ho sostenuto nelle pagine precedenti, questo è solo uno dei molteplici aspetti da tenere in considerazione.
L'attuale specchio della società si nutre davvero di una regressione culturale e di una democratizzazione che assomiglia più ad un generale abbassamento del livello medio di cultura?
Fintanto che queste domande cercano risposta la tecnologia non si arresta e nuovi scenari artistico-musicali si fanno sempre più vivi:

> Nel giro di qualche anno avremo stazioni musicali personalizzate, ciascuno di noi potrà avere la sua, controllata da algoritmi del computer che ci suonano sia musica che già conosciamo e amiamo che altra che non conosciamo, ma che potrebbe piacerci[266].

Peterson ha invece concluso con queste righe il suo ultimo saggio, proponendo anche lui un possibile scenario futuro:

266 D. J. Levitin, *Fatti di musica...*, p. 218.

> *Looking forward, it isimpossible to say what general criterion will displace omnivorousness, but it is logical to predict that the pendulum swing will be back toward some sort of exclusion. The criterion might revert to 20th century highbrow snobbery, but given the evolving ways in which culture is produced, delivered and consumed, it seems much more likely that the new criterion will be based on the production of narrow market niches* [...][267].

Il percorso che ha portato all'onnivorismo è dunque destinato a tornare alle sue origini? Questa domanda troverà una risposta non solo con il passare del tempo ma anche grazie a nuovi studi che, speriamo, porteranno avanti la ricerca petersoniana.

267 R. A. Peterson, *Problems in comparative research...,* p. 273.

Bibliografia

Opere di Pierre Bourdieu

[1] *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Minuit, Paris.
Tr. it. *La fotografia. Usi e funzioni sociali di un'arte media*, Guaraldi, Rimini 2004.
(1965)

[2] *Esquisse d'une théorie de la pratique précedé de Trois études d'ethnologie kabile*. Paris: Seuil.
Tr. it. *Per una teoria della pratica*, con *Tre studi di etnologia cabila*. Cortina, Milano 2003.
(1972)

[3] *Le fétichisme de la langue*, in *Actes de la recherche en sciences sociales,* vol. 4, Parigi 1975.

[4] *La Distinction. Critique sociale du jugement,* Minuit, Paris.
Tr. it. *La Distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna 1983.
(1979)

[4] *Le sens pratique,* Minuit, Paris.
Tr. it. *Il senso pratico,* Armando editore, Roma 2005.
(1980)

[5] *Réponses. Pour une anthropologie réfléxive*, Paris.
Tr. it. *Risposte. Per un'antropologia riflessiva*, Bollati Boringhieri, Torino 1992.
(1992)

[6] *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action,* Seuil, Paris.
Tr. it. *Ragioni Pratiche*, il Mulino, Bologna 1995.
(1994)

[7] *Méditations pascaliennes,* Seuil, Paris.
Tr. it. *Meditazioni Pascaliane,* Feltrinelli editore, Milano 2003.
(1997)

[8] *Esquisse pour une auto-analyse,* Raisons d'agir, Paris.
Tr. it. *Questa non è un'autobiografia, elementi per un'autoanalisi*, Feltrinelli editore, Milano 2005.
(2004)

Letteratura secondaria

---

[1] A. Malraux, *Le Musée Imaginaire,* Gallimard, Paris 1965.

[2] A. Boschetti, *La rivoluzione simbolica di Pierre Bourdieu,* Marsilio, Venezia 2003.

[3] A. Arcangeli, *Che cos'è la storia culturale*, Carocci, Roma 2007.

[4] A. Warhol, *La filosofia di Andy Warhol da A a B e viceversa*, Abscondita, Milano 2009.

[5] A. M. Nunziante, *Lo spirito naturalizzato: la stagione pre-analitica del naturalismo americano*, Verifiche, Trento 2012.

[6] B. Krais, G. Gebauer, *Habitus*, Armando, Roma 2009.

[7] C. Tichi, *High Lonesome: American Culture of Country Music*, UNC: University of North Carolina Press Books, North Carolina 1994.

[8] C. Piazzesi, *Abitudine e potere: da Pascal a Bourdieu*, ETS, Pisa 2003.

[9] D. Robbins, *Bourdieu and Culture*, Sage publications, London 2000.

[10] D. J. Levitin, *Fatti di musica: la scienza di un'ossessione umana*, Codice, Torino 2008.

[11] E. La Licata, *Giocare sull'orlo dell'caos: la creatività del linguaggio tra l'epistemologia della complessità e la filosofia di Wittgenstein*, Mimesis Edizioni, Milano 2012.

[12] F. Ieracitano, *Produzione e consumi culturali : uno sguardo sulle tendenze contemporanee*, Franco Angeli, 2012.

[13] G. Dorfles, *Le oscillazioni del gusto: l'arte fra tecnocrazia e consumismo*, Piccola biblioteca Einaudi, Torino 1970.

[14] G. Simmel, *Arte e civiltà*, ISEDI, Milano 1976.

[15] G. Simmel, *La metropoli e la vita dello spirito*, Armando, Roma 1995.

[16] G. Marsiglia, *Pierre Bourdieu.Una teoria del mondo sociale,* CEDAM, Padova 2002.

[17] G. Paolucci, *Pierre Bourdieu: Strutturalismo costruttivista e sguardo relazionale,* in M. Ghisleni e W. Privitera, *Sociologie Contemporanee,* Utet, Torino 2009.

[18] G. Paolucci, *Bourdieu dopo Bourdieu*, Torino : UTET Università, 2010.

[19] G. Paolucci, *Introduzione a Bourdieu*, Laterza, Bari 2011.

[20] I. Kant, *Critica della capacità di giudizio*, BUR, Milano 1995.

[21] J. Dewey, *Natura e condotta dell'uomo: Introduzione alla Psicologia Sociale*, La Nuova Italia edizioni, Firenze 1968.

[22] J. P. Cazier, *Abécédaire de Pierre Bourdieu*, Paris: Mons Editions Sils Maria, 2006.

[23] L. Wacquant, Bourdieu P., *Reponses : pour une anthropologie reflexive*, Editions Du Seuil, Paris 1992.
Tr. it. *Risposte: per un'antropologia riflessiva*, Bollati Boringhieri, Torino 1992.

[24] L. Minestroni, *Comprendere il consumo: Società e cultura dai classici al postmoderno,* Franco Angeli, Milano 2006.

[25] M. Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*, Sage, London 1991. Tr. It, *Cultura del consumo e postmodernismo,* SEAM, Roma 1994.

[26] M. De Beaupré, S. Baumet, *Archeologia dell'eleganza: 1980-2000: 20 anni di fotografia di moda,* Ulf Poschardt, Contrasto Due, Roma 2002.

[27] M. Cometa, *Dizionario degli studi culturali*, Meltemi Editore, 2004.

[28] M. Franchi, *Raccontare il consumo: strumenti per l'analisi*, Franco Angeli, Milano 2008.

[29] M. Santoro, R. Sassatelli, *Studiare la cultura: nuove prospettive sociologiche,* il Mulino, Bologna 2009.

[30] N. Heinich, *La Sociologie de l'art*, Paris: La Découverte. Tr. it. *La Sociologia dell'arte*, Il Mulino, Bologna 2004. (2001)

[31] P. Parmiggiani, *Consumo e identità nella società contemporanea*, Franco Angeli, Milano 1997.

[32] P. Basso, *Il dominio dell'arte: semiotica e teorie estetiche*, Meltemi, Roma 2002.

[33] R. Murphy, *Social closure: the theory of monopolization and exclusion*, Clarendon Press, Oxford 1988.

[34] R. A. Peterson, G. Rossman, *Changing arts audiences: capitalizing on omnivorouness,* in B. Ivey, S. Tepper, *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Vultural life*, Routledge, New York 2007.

[35] R. Chartier, *Il sociologo e lo storico. Dialogo sull'uomo e la società*, Dedalo, Bari 2011.

[36] S. Morawski, *L'assoluto e le forme*, Dedalo, Bari 1971.

[37] T. Eagleton, *The ideology of the Aesthetic*, Basil Blackwell, Oxford 1990.

[38] T. Eagleton, *The Idea of Culture,* Malden, MA : Blackwell, 2000.
Tr. it. *L'idea di cultura*, Editori riuniti, Roma 2001.

[39] U. Beck, *La società del rischio*, Carocci, Roma 2000.

[40] W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica,* Einaudi, Torino 2000.

[41] W. Griswold, *Sociologia della cultura*, il Mulino, Bologna 2005.

[42] Z. Bauman, *Consumo, dunque sono,* GLF editori Laterza, Roma 2010.

Articoli

[1] A. Christin, *Omnivores Versus Snobs? Musical Tastes in the United States and France,* vol. 40, in *Working Paper*, Princeton University 2010.

[2] B. Bryson, *Anything but not Heavy Metal: symbolic exclusion and music dislikes*, in *American sociological review*, Vanderbilt Place 1996.

[3] B. H. Erickson, *Culture, Class and Connection*, in *American Journal of Sociology*, vol. 102, Sage Publication, Chicago 1996.

[4] C. Tichi, *High Lonesome: American Culture of Country Music*, in *UNC Press Books*, 1994.

[5] E. Birgit, *On Common Tastes: Hetereogeneity and Hierarchies in Contemporary Cultural Consumption*, in *The Nordic Journal of Aesthetic*, vol. 36-37, 2008-2009.

[6] G. Paolucci, *Pierre Bourdieu: strutturalismo costruttivista e sguardo relazionale*, in *Sociologie contemporanee*, a cura di M. Ghisleni e W. Privitera, UTET, Torino 2009.

[7] H. L. Wilensky, *Mass Society and Mass Culture: Interdependence or Independence?*, in *American Sociological Review*, Vanderbilt Place 1964.

[8] J. Campbell, *Understanding John Dewey: Nature and Cooperative Intelligence*, in *Open Court Publishing*, Chicago 1995.

[9] J. López-Sintas, A. Torres, K. Zerva, *Are Americans' Musical Preferences More Omnivores Today? Yes but not everyone*, UAB, Universitat Pompeu Fabra - Faculty of Economic and Business Sciences and University of Barcelona, Barcellona 2007.

[10] L. Sintas, *Omnivores Show up Again: The Segmentation of Cultural Consumers in Spanish Social Space*, vol.18 in *European Sociological Review*, Oxford 2002.

[11] L. Grossberg, *Insorgenze degli studi culturali*, in *Studi Culturali*, vol.2, il Mulino, Bologna 2012.

[12] L. Grossberg, *Insorgenze degli studi culturali*, in *Studi Culturali*, vol. 2, 2012.

[13] M. D' Eramo, *Ricordo di Pierre Bourdieu*, in *Lo Straniero,* n.22, Roma 2002.

[14] M. Santoro, *La cultura come produzione, intervista a Richard A. Peterson*, in *Studi Culturali*, vol. 3, Bologna 2007.

[15] M. Santoro, *Culture as (and after) production*, in *Cultural sociology*, 2008.

[16] N. Piovani, *La musica passiva fa male anche a te*, in *La Repubblica*, 13/10/2012.

[17] O. Sullivan, T. Katz-Gerro, *The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers,* in *Time Society*, 2010.

[18] P. DiMaggio, *Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students*, in *American Sociological Review*, vol. 47, Vanderbilt Place 1982.

[19] R. A. Peterson e D. Berger, *Entrepreneurship in organization: evidence from the popular music industry*, in *Administrative Science Quarterly*, Michigan 1971.

[20] R. A. Peterson, R. M. Kern, *Changing highbrow taste: from snob to omnivore*, in *American sociological review,* vol. 61, Vanderbilt Place 1996.

[21] R. A. Peterson e R. Kern, *The rise and fall of highbrow snobbery as a status marker,* in *Poetics*, Elsevier, Amsterdam 1997.

[22] R. A. Peterson, *Problems in comparative research,* in *Poetics,* vol. 33, Ottobre-Dicembre 2005.

[23] S. Khan, *the new Elitist*, New York Times, 7 Luglio 2012.

Siti Web

[1] http://www.laviejaime.com/2011/03/les-chaussures-de-manet.html

[2] http://leighwells.com

[3] http://www.iaspm.net/

[4] http://www.iaspmitalia.net/

[5] http://www.nea.gov/pub/ResearchReports.html

[6] http://www.treccani.it

[7] http://www.zazzle.com