



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
in Economia e Gestione delle Arti e delle attività
culturali

Tesi di Laurea

Capitalismo estetico come esito del processo di estetizzazione del mondo.

Il ruolo della 'creatività' e del 'progetto'
nell'avvento, consolidamento e funzionamento
del capitalismo estetico.

Relatore

Prof. Angelo Maria Monaco

Correlatore

Prof. Marco Baravalle

Laureando

Martino De Vincenti

Matricola 976547

Anno Accademico

2024 / 2025

Indice

Introduzione	4
1. Capitalismo estetico: origine e sviluppo	10
1.1. Introduzione al capitalismo estetico	10
1.2. Il capitalismo estetico secondo Bernard Stiegler e Alberto Abruzzese	20
1.2.1. Partendo dall'industria culturale	23
1.2.1.1. <i>Guerra estetica</i>	37
1.2.2. Tecnologia e media	41
1.2.2.1. <i>Techne del simbolico</i>	44
1.2.2.2. <i>Ideologia del pubblico</i>	52
1.2.2.3. <i>Cinema</i>	59
2. La creatività come impulso per il capitalismo estetico	64
2.1. Breve genealogia della nozione di creatività	67
2.2. Il complesso creativo	72
2.2.1. Estetizzazione sociale	72
2.2.2. Regime del nuovo	81
2.2.3. Dispositivo creativo	89
2.3. Economia creativa	94
2.3.1. Organizzazione	97
2.3.1.1. <i>I Contromovimenti artisti e imprenditoriali</i>	101
2.3.1.2. <i>Le industrie creative</i>	104
2.3.1.3. <i>L'avvento del management</i>	111
2.4. Città creativa	118
3. Il Progetto come strumento regolatore del capitalismo estetico	125
3.1. La rete	127
3.1.1. La rete dei progetti	130
3.2. Quando il progetto incontra la classe creativa	136
3.2.1. La struttura	138
3.2.2. La circolazione	142
3.2.3. Il progettista	147
3.3. Sindacalizzare i progettisti dell'arte: il caso Biennialocene	155
Conclusione	163

Bibliografia	167
Sitografia	172

Introduzione

La tesi si propone di indagare la genesi, lo sviluppo e il consolidamento del capitalismo estetico come conseguenza di un processo di estetizzazione della società. Più precisamente l'obiettivo che si pone lo scritto si traduce nel dimostrare quanto la nozione di creatività sia stata determinata per il suo avvento e per la sua implementazione e quanto la nozione di progetto risulti cruciale per il suo funzionamento.

Per immergersi nello studio del capitalismo estetico è innanzitutto doveroso riflettere sul concetto di estetica. Tanto Bernard Stiegler, quanto Alberto Abruzzese, riconoscono la necessaria espansione del concetto di estetica, pertanto, entrambi adottano il significato più ampio del termine, ovvero quello di *aisthesis*, con il quale si tende ad indicare la sensazione, la sensibilità, perciò lo strumento di conoscenza della realtà che si basa principalmente sui sensi del corpo umano. Entrambi debitori del pensiero di Jacques Rancière, sono fermamente convinti che la questione estetica sia una questione politica, così come, al contrario, che la questione politica sia una questione estetica. Da qua deriva la necessaria ricomprensione della nozione stessa di estetica, altrimenti, il rischio in cui si incorre, è il totale abbandono della questione estetica alle industrie creative e alla sfera del mercato globale. Vanni Codoluppi, in una rilettura del pensiero di Abruzzese, sostiene che tale sentimento critico emerga in risposta al duplice processo attuato dal sistema capitalistico che ha visto da un lato mercificazione dell'arte, la quale ne ha ridimensionato il ruolo tradizionalmente ricoperto, mentre dall'altro lo sviluppo di una concezione estetica finalizzata alle proprie necessità produttive. Ed è proprio per questo motivo che la riflessione di Stiegler e Abruzzese circa lo sviluppo e l'implementazione di questa forma capitalista comincia dal concetto di 'industria culturale' teorizzato da Adorno e Horkheimer nel 1947, con il quale i due autori francofortesi intendevano denunciare quel sistema di produzione di massa che, dietro una retorica intenzionalità democratizzante dei prodotti culturali, conduce alla loro piena trasformazione in merce commercializzabile. È stato proprio l'involucro del divertimento o, così come viene definito da Adorno, dell'"amusement", ovvero quel senso di piacevolezza insito nei prodotti dell'industria culturale, che ha permesso di estrarre profitto sul tempo libero del consumatore e che al contempo ha concorso ad eliminarlo. Un processo che porta il

l'individuo a trasformarsi in un perenne consumatore di prodotti culturali predigeriti che porterà successivamente Guy Debord a tratteggiare una società pervasa e costituita sullo spettacolo, il cui processo incessante emerge nella insensata produzione di merci sempre più estetizzate, immateriali, orientate esclusivamente al valore di scambio, abbandonando il loro valore d'uso. Seguendo questo sviluppo si giunge agli scritti di Jean Baudrillard che, negli anni novanta, all'interno della più ampia riflessione intorno al concetto di 'trans-estetica', sostiene che la società abbia dato vita a una estetizzazione generale, nel quale tutte le forme di cultura, addirittura quelle anti-culturali, vengono accettate, riconoscendo inoltre che la commercializzazione del mondo intero, spesso riconosciuta come la grande impresa dell'Occidente, altro non è che la materializzazione dell'estetizzazione del mondo intero, la sua spettacolarizzazione cosmopolita, la sua trasformazione in immagini.¹ E' questa la letteratura da cui attingono Gilles Lipovetsky e Jean Serroy per giungere, nel 2017, a definire che il capitalismo artistico si trovi all'interno di una condizione dominata dal paradosso: più tenta di essere razionale ed efficiente, più è costretto a fare ricorso a ciò che è contrario ad ogni forma di razionalità, quindi emozione, creatività ed estetica.²

Ora, la condizione che ha permesso l'emersione del capitalismo estetico è riscontrabile nel processo di estetizzazione, un fenomeno che, studiato da molti autori, è stato definito in una moltitudine di declinazioni. Andreas Reckwitz riconosce come i processi di estetizzazione, pur essendo sempre esistiti, si siano manifestati con sorprendente intensità a partire dalla metà del XIX secolo. Se quindi dobbiamo ricondurre la genesi, lo sviluppo e il conseguente consolidamento del capitalismo estetico ai processi di estetizzazione, risulta doveroso evidenziare due momenti che, tra tutti gli altri, hanno manifestato una sorprendente intensificazione del processo, e di conseguenza hanno posto le fondamenta per l'avvento della suddetta struttura capitalista: la proliferazione delle Grandi Esposizioni Universali della seconda metà del diciannovesimo secolo e il collasso del sistema fordista avvenuto negli anni Sessanta e Settanta del ventesimo secolo. Le Grandi Esposizioni Universali furono materia di grande interesse per gran parte della sociologia novecentesca, tanto che, hanno ricoperto un ruolo determinante anche nella riflessione abruzzesiana circa la costituzione di quella che definisce 'ideologia del

¹ *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*, Jean Baudrillard, SugarCo, 2018.

² *L'estetizzazione del mondo. Vivere nell'era del capitalismo artistico*, Gilles Lipovetsky & Jean Serroy, Sellerio, 2017.

pubblico', concetto con il quale si domanda il momento in cui la massa si è trasformata in pubblico, cioè quando lo spettacolo, sospinto dall'espansione delle tecnologie industriali nella società, abbia totalmente modificato la funzione spettatoriale della moltitudine. Secondo il sociologo italiano questi colossali eventi hanno rappresentato alla perfezione la celebrazione dei luoghi di culto del feticcio della merce, uno spettacolo all'interno del quale l'individuo si aliena, distraendosi nel caos delle merci e delle masse, finendo per atrofizzare le proprie capacità mentali ed emotive o, come direbbe Stiegler, capitombolando nella 'misera del simbolico'. Al tempo stesso, già Georg Simmel riconobbe che quelle grandi manifestazioni si stessero trasformando nell'archetipo della società metropolitana moderna, giungendo ad affermare, nel 1896, che la loro emersione stesse provocando l'affermazione e il rafforzamento della qualità di vetrina degli oggetti, secondo cui «gli oggetti tendono a mostrare un aspetto seducente a discapito della loro utilità»³. Le Grandi Esposizioni Universali rappresentano dunque un luogo eterotopico nel quale la fantasmagoria prende il sopravvento abbagliando e fuorviando l'osservatore che, oramai *distratto*, sarà atrofizzato nelle sue capacità mentali e trasformato in mero consumatore.

Il secondo momento che ha visto l'acuirsi del processo di estetizzazione può essere fatto risalire agli anni Sessanta e Settanta del Novecento, quando il sistema capitalistico - a seguito delle movimentazioni giovanili e operaie a cavallo tra i due decenni e in conseguenza delle pesanti crisi economiche che investirono il mondo occidentale - subì intense trasformazioni nel suo carattere strutturale, che portarono all'abbandono del sistema economico fordista. Il sistema industriale introdotto negli Stati Uniti, ormai agli albori del secolo, e attuato successivamente in tutto l'Occidente, basato sulla pianificazione rigida e rigorosa di tutte le fasi produttive non poteva più offrire la produttività che l'assetto capitalistico necessitava per il suo naturale sviluppo. Si rese evidente quanto la rigidità della struttura fordista con gli ingenti costi fissi ad essa correlata non potesse più essere sorretta. Oltre a ciò, il ciclo di crisi economica manifestato negli anni Settanta esplicitò come non fosse più sufficiente costruire un'offerta di merce che avrebbe dovuto soddisfare la domanda, peraltro in netto calo, quanto piuttosto diventasse necessario agire direttamente sul consumatore, sul desiderio e sul piacere

³ *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*, Georg Simmel, in *Die Zeit*, n. 8, pp. 71-76, trad. it. in *Estetica e sociologia. Lo stile della vita moderna*. a cura di Vincenzo Mieli.

relativo al consumo. Quindi le parole d'ordine divennero flessibilità, immaterialità, ma soprattutto creatività. Fu proprio il dispositivo creativo, nella definizione che offre Andreas Reckwitz, a permettere che il processo di estetizzazione si esprimesse in tutta la sua potenza, e proprio in questo dispositivo, il sistema capitalista riconobbe uno strumento fondamentale per la propria sopravvivenza. Dunque, con processo di estetizzazione del sociale Reckwitz riconosce i fenomeni di regime estetico del nuovo, del distintivo e del sorprendente, i quali si fondano sulla percezione sensuale e affettiva. Più precisamente, con estetizzazione riconosce il processo riferito all'espansione e all'intensificazione dell'estetico a discapito del non-estetico. Perciò, l'amalgama di pratiche artistiche ed economiche, la creazione del proprio sé, la progettazione e lo sviluppo di spazi urbani principalmente in termini culturali e atmosferici, rappresentano gli effetti della propagazione dell'estetismo nella società sottoforma di differenti pratiche e narrazioni della creatività. Lipovetsky e Serroy riconoscono che la nuova forma capitalista che stava emergendo necessitava della creazione artistica, ne era dipendente, poiché strumento di legittimazione sociale dei suoi prodotti.

Il processo di estetizzazione provocò tutta una serie di trasformazioni che, covate negli anni Settanta, emersero con grande forza a cavallo tra gli anni Ottanta e Novanta, delineando un nuovo ordine mondiale. Venne rigettata la rigida burocrazia modernista, strutturata secondo apparati fortemente gerarchizzati, in favore della flessibilità della nuova economia in rete, che invece fondava le proprie basi sul principio di orizzontalità. Alla standardizzazione della merce prodotta dalla pachidermica industria culturale adorniana, espressa emblematicamente nel cinema e nella radio, vennero preferiti i prodotti creativi e sempre nuovi offerti dalle imprese delle nascenti industrie creative come la moda, la pubblicità e il design. Il controllo sugli individui, subordinante e coercitivo, della società modernista, inteso in termini di reclusione nella società disciplinare di Foucault, viene sostituito da fenomeni di auto-regolamentazione e auto-controllo, più vicine alle «forme ultrarapide di controllo fluttuante»⁴ che riscontrava Deleuze. Inoltre, all'alienazione ed esplicita subordinazione a cui la catena di montaggio obbligava gli operai durante il regime fordista, venne preferita la libertà e l'autonomia dell'imprenditore, figura quasi mistica, sorta prepotentemente dalla letteratura del management degli anni Novanta, in grado di fondere ed esibire con estrema naturalezza

⁴ *Poscritto sulle società di controllo*, Gilles Deleuze, in *Pourparler*, Quodlibet, 2000.

tanto la capacità economica quanto quella artistica e di muoversi con grande abilità all'interno del nuovo sistema di reti. L'imprenditore creativo diviene l'archetipo di una nuova classe di lavoratori autonomi, operanti all'interno delle reti artistiche e culturali, il cui funzionamento è regolato dal meccanismo dei progetti. Si manifesta quindi, parafrasando Richard Florida, l'ascesa di una nuova classe creativa, ontologicamente legata alla nozione di progetto, tanto che, Kuba Szreder giunge a definirne i componenti mediante il termine di 'projectarian', in quanto, implementare e realizzare progetti si prefigura come l'unica strada per la loro sopravvivenza. Ambasciatori del lavoro immateriale, ai 'projectarian' non resta altro che trasformarsi in cacciatori di progetti, individui in moto perpetuo che siano in grado di costruire contatti con facilità, di cogliere al volo le opportunità all'interno della rete e di evitare il rischio quando esso può tramutarsi in rifiuto sociale. Infatti, basterà una previsione fallita o una tendenza male interpretata per causarne un crollo nella reputazione, e questo ne causerebbe la drastica fine. Il capitale reputazionale è tutto per il 'projectarian'. Rappresenta l'unica speranza di tramutare in capitale monetario i propri sforzi e la propria energia, mentre il suo danneggiamento provocherebbe la marginalizzazione nella rete e ciò si tradurrebbe nell'impossibilità di accaparrarsi nuovi progetti, relegandolo all'invisibilità⁵.

La tesi si articolerà intorno a tre capitoli. Nel primo, verranno analizzate le condizioni storiche, economiche e sociali che hanno reso possibile l'avvento del capitalismo estetico. Per farlo, verranno utilizzati il pensiero e le riflessioni di Bernard Stiegler e Alberto Abruzzese che, data la differente matrice disciplinare, pur adottando metodologie di analisi differenti, intendono similmente concentrare la loro riflessione su come, dietro la cartina tornasole della democratizzazione dell'opera d'arte, la struttura capitalista, nelle varie forme che ha assunto, tenda ad appropriarsi del valore estetico. E questo, non solo fagocitando e conseguentemente capitalizzando qualunque pensiero o artefatto artistico, bensì servendosi degli stessi principi ontologici del campo artistico per trasformare sé stessa, per sviluppare una versione del sé sempre più efficace, adattabile e modulabile ai cambiamenti socio-tecnologici.

Il secondo capitolo si concentrerà sulla nozione di creatività e in particolare sulla funzione strumentale che questa ha esercitato nel generare il processo di estetizzazione che ha

⁵ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, Manchester University Press, 2021.

permesso l'avvento e l'implementazione del capitalismo estetico. Verrà discusso il 'dispositivo creativo' così come teorizzato da Andreas Reckwitz, e il funzionamento della cosiddetta 'economia creativa'. Oltre a ciò, si cercherà di capire le motivazioni storico-economiche che hanno permesso al concetto di creatività di divenire così pervasivo all'interno della società contemporanea.

Il terzo capitolo invece, intenderà discutere la nozione di progetto come principale forma di funzionamento e regolamento della nuova forma estetica del capitalismo. In particolare verrà discusso il ruolo cruciale che ricopre il progetto nel meccanismo strutturale della nuova economia in rete. Sarà poi introdotta - riprendendo la riflessione posta in essere da Kuba Szreder - la figura del 'progettista' come archetipo del lavoratore creativo autonomo contemporaneo. La tesi si concluderà con l'analisi dell'assemblea che ha preso il nome di Biennialocene che, tenutasi a Venezia nel 2023, ha rappresentato il primo tentativo di sindacalizzazione della classe creativa veneziana.

1. Capitalismo estetico: origine e sviluppo

1.1. Introduzione al capitalismo estetico

Per condurre una riflessione circa le problematiche relative ai processi di democratizzazione dell'arte, di estetizzazione della vita, e più in generale a tutti quei processi fondativi di quello che è stato definito *Capitalismo Estetico*, risulta fondamentale cominciare con una più ampia analisi di quello che è il contesto sociale ed economico in cui il concetto si è andato a costituire.

Il concetto di Capitalismo Estetico è estremamente ampio e presenta innumerevoli declinazioni. Pur riconoscendo la paternità del termine, così come viene riconosciuto oggi, agli studi di Gilles Lipovetsky e Jean Serroy che, nel 2017, riuscirono a far coadiuvare tutti i processi di cui sopra sotto al termine di Capitalismo artistico, gli studi e le ricerche riguardo il rapporto tra capitalismo ed estetica hanno una storia molto più longeva. Per questo motivo, questa introduzione al concetto di capitalismo estetico cercherà, passo dopo passo, di contestualizzare le varie teorie e i vari studi che si sono succeduti e che hanno cercato di far emergere la relazione estremamente interconnessa tra capitalismo ed estetica, con il contesto sociale, culturale ed economico dal quale provengono.

Come si evince dalle parole di Vanni Codeluppi, nel saggio pubblicato nel 2019 dal titolo *Capitalismo Estetico*, già Georg Simmel, a fine Ottocento, aveva intuito che si potesse comprendere la natura delle società moderne solamente tramite l'analisi della sfera sociale dell'estetica⁶. Anzi, tra le pubblicazioni dell'autore tedesco emerge in modo lampante la convinzione che solamente la sfera estetica fosse in grado di cogliere e rappresentare con completezza l'esperienza moderna della realtà. In particolar modo, se questa non si limita esclusivamente a considerare la tradizionale opera d'arte autonoma nel contesto della società, ma concentra la propria attenzione sulle forme di espressione estetiche del quotidiano, rintracciabili nella moda, nell'abbigliamento o nello stile degli individui⁷. Le analisi di Simmel prendono luogo nel contesto delle grandi Esposizioni

⁶ *Capitalismo Estetico*, Vanni Codeluppi, Studi di sociologia N. 3, pp. 227-238, 2019.

⁷ *Estetica e sociologia. Lo stile della vita moderna*, Georg Simmel, a cura di Vincenzo Miele, Armando Editore, 2012.

Universali, in una società ormai totalmente trasformata dalle Rivoluzioni Industriali, tanto che egli arrivò ad osservare che proprio le esposizioni si stessero trasformando negli archetipi della società metropolitana moderna. Ed effettivamente la sua affermazione non si è discostata molto dalla realtà. Pur essendo ancora parzialmente lontane dall'essere considerate un elemento importante nella storia economica, queste kermesse incarnavano notevoli connessioni con svariate questioni economiche. Non solo nell'evidente tendenza industrializzatrice in atto, bensì anche nella poderosa forza con cui stava avvenendo il dominio capitalistico in ottica eurocentrica. Archetipo dell'effimero e della fantasmagoria, analizzando le Esposizioni Universali si deve porre attenzione a non compiere l'errore di considerarle prive di grandi interessi economici e politici, perché, come ricorda puntualmente Pellegrino, citando Benjamin, questi macro-eventi sono luoghi «dove le rappresentazioni sono sostanziali e costitutive del fenomeno stesso, dato che quello che conta è attrarre e 'distrarre' il grande pubblico»⁸. Oltretutto, queste esposizioni non possono essere analizzate separatamente, suddividendole e categorizzandole in base al luogo o al tempo. Al contrario, se analizzate congiuntamente, offrono una lettura fondamentale alla comprensione degli strumenti e delle tendenze della prima globalizzazione. Basti pensare che, tra il 1851 e il 1914, furono circa 62 le esposizioni a carattere internazionale, le quali seguirono un filo di continuità tematica e organizzativa, presentando una logica interpretativa in qualche modo affine per quanto mutevole⁹.

È proprio in luoghi come le grandi esposizioni che emerge il nuovo paradigma della modernità: il rilievo sempre maggiore che l'offerta assume rispetto alla domanda. Questo fa sì che si venga ad affermare e a rafforzare la 'qualità di vetrina degli oggetti', secondo cui «gli oggetti tendono a mostrare un aspetto seducente a discapito della loro utilità»¹⁰. Proprio grazie a queste considerazioni simmeliane si deduce il cambiamento che attraversò il sistema commerciale della società moderne e connotò la struttura della nuova economia capitalistica. Le nuove merci devono essere dotate di un plusvalore simbolico e comunicativo il cui obiettivo è suscitare il desiderio e l'immaginazione dei

⁸ *Viaggi fantasmagorici. Lodeporica delle esposizioni universali (1851-1940)*, Antonio Pellegrino, a cura di Ead., pp.11, Franco Angeli, Milano 2018.

⁹ *Le esposizioni universali e l'economia nell'epoca della prima globalizzazione. Un panorama della storiografia*, Andrea Giuntini, n. 1-2 in *Storia Economica*, 2021.

¹⁰ *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*, Georg Simmel, in *Die Zeit*, n. 8, pp. 71-76, trad. it. in *Estetica e sociologia. Lo stile della vita moderna*, a cura di Vincenzo Mieli.

consumatori. La merce non è più solamente definita nel suo valore d'uso e nel suo valore di scambio, ma viene riconosciuta nel potere comunicativo ed emozionale che suscita al consumatore, quindi nell'immaginario sensazionale che è in grado di costruire. Per questo motivo le grandi esposizioni artistiche e industriali a cavallo tra i due secoli sono così importanti per Simmel. In esse ritrova:

l'estrema specializzazione dei prodotti, la compressione di forze, tendenze e idee eterogenee in uno spazio ristrettissimo, la caccia di "sensazioni" sempre più forti e choccati, la mancanza di personalità delle singole opere compensata tuttavia da una enorme ricchezza di generi e stili differenziati.¹¹

Inoltre, Simmel fu il primo ad intuire l'importanza politica che la presa sulle masse dell'estetica ebbe per l'ascesa e la consacrazione del fascismo e del nazionalsocialismo, da cui poi presero forma le grandi parate militari che costarono lo sventramento urbano di molte città italiane e tedesche. Oltre a ciò, il sociologo tedesco propose un'ulteriore questione fondativa per la riflessione novecentesca intorno al rapporto tra estetica-società-economia, ovvero l'intuizione secondo cui nella società moderna, mezzo e scopo, che lui ascrive rispettivamente all'interazione sociale e la sua finalità, si siano drasticamente allontanate. Tramite l'analisi del concetto di 'socievolezza', giunge ad affermare che nel nuovo assetto capitalistico il legame sociale diventa principalmente un legame estetico, ludico ed emozionale. Rispetto a queste considerazioni, Michel Maffesoli dichiarerà successivamente la 'socievolezza' simmeliana una sorta di 'edonismo del quotidiano' il quale permea quasi integralmente la nuova società. Seguendo il suo discorso, si giunge a scoprire una forma edonistica che, pur esistendo da sempre, ha lasciato il suo normale ruolo da subalterno per diventare il perno su cui «sottende e sostiene la vita in società», facendo sì che i rapporti al suo interno, non siano più determinati da istanze superiori, a priori meccaniche, ma animate da ciò che è intrinseco, vissuto giorno per giorno, «tanto che il legame sociale diventa emozionale»¹².

Proprio in virtù di queste ultime riflessioni, si evince il fatto che grande debitrice dell'analisi simmeliana risulta 'l'estetizzazione del mondo' di Walter Benjamin. Viene proprio attribuito al sociologo francofortese il primo utilizzo del termine 'estetizzazione' anche se, inizialmente, in particolare ne 'L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità

¹¹ *Estetica e sociologia. Lo stile della vita moderna*, Georg Simmel, a cura di Vincenzo Miele, Armando Editore, 2012.

¹² *Au creux des apparences*, M. Maffesoli, pp. 13, Plon, Parigi, 1990.

tecnica', Benjamin utilizzava il termine esclusivamente in riferimento alla dimensione politica e in particolar modo al fascismo italiano. Egli, infatti, riconoscerà nell'apologia estetica della guerra, che lui definisce 'estetizzazione della politica', il nodo centrale del Futurismo Italiano e conseguentemente di tutta la politica culturale del fascismo. Anticipò che la tecnica e i suoi prodotti potessero essere strumentalizzati allo scopo di estetizzare la politica, affermando che:

il fascismo vede la propria salvezza nel consentire alle masse di esprimersi (non di veder riconosciuti i propri diritti). Il fascismo cerca di organizzare le recenti masse proletarizzate senza intaccare i rapporti di proprietà di cui esse perseguono l'eliminazione. Le masse hanno diritto a un cambiamento dei rapporti di proprietà; il fascismo cerca di fornire loro un'espressione nella conservazione degli stessi. Il fascismo tende conseguentemente ad una estetizzazione della vita politica. 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.¹³

Secondo Benjamin, l'unico strumento in grado di controbattere questa pericolosa deriva sia la 'politicizzazione dell'arte' tramite cui intende un processo di riappropriazione dell'oggetto estetico, una sua riconquista da parte della moltitudine. Tutto ciò, permetterebbe di invertire il processo attivato dai totalitarismi, secondo cui la guerra non sarebbe vista come distruzione delle risorse, bensì come massima espressione della potenza della tecnica e del protagonismo suicida delle masse.

Il contesto in cui si instaura il pensiero di Benjamin è quello a cavallo tra le due Guerre, un periodo di estrema instabilità politica che vedrà tutti gli esponenti della Scuola di Francoforte farsi costruttori di pensiero critico riguardo all'alone grigio che avrebbe ricoperto l'Europa in quegli anni. Anzi, il pensiero benjaminiano risulta addirittura meno pessimistico di quello di un altro fondamentale esponente della scuola francofortese come Adorno che, in «Dialettica dell'Illuminismo», scritto a quattro mani con Horkheimer, ritrae un paesaggio catastrofico.

La visione di Benjamin riguardo il concetto di 'estetizzazione' si amplia notevolmente alcuni anni dopo, rendendosi più consapevole riguardo alla funzione che l'estetica ha assunto all'interno del sistema sociale. È ne «Di alcuni motivi in Baudelaire» che Benjamin

¹³ *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Walter Benjamin, pp. 46, Einaudi, Torino 1966.

giunge al riconoscimento dell'elemento sensazionale che, sostituendosi a quello informativo, diviene il coefficiente fondante del nuovo assetto capitalistico. Con evidente riferimento alla 'socievolezza' simmeliana, Benjamin si accorge della concorrenza che si è instaurata tra le varie forme di comunicazione, affermando che nel sostituirsi dell'informazione alla più antica relazione, e della sensazione all'informazione, si rispecchia l'atrofia progressiva dell'esperienza¹⁴.

È però dagli anni Settanta del Novecento che il sistema capitalistico, a seguito delle grandi movimentazioni giovanili e operaie, ha subito intense trasformazioni nel suo carattere strutturale, che hanno comportato negli anni Ottanta il naturale abbandono del modello fordista. Il sistema introdotto negli Stati Uniti, ormai agli albori del secolo, basato sulla pianificazione rigida e rigorosa di tutte le fasi produttive - incarnato perfettamente nella tecnologia della catena di montaggio, nel quale lavoratori a basso grado di specializzazione erano chiamati a eseguire operazioni semplici e lineari - non poteva più offrire la produttività che l'assetto capitalistico auspicava e millantava. Se l'economia di scala non poteva più rappresentare lo strumento per incrementare la produttività, diventava necessario ridurre i costi, e in particolare i costi fissi. La struttura fordista presentava un complesso strutturale ad alta rigidità, da una parte l'enorme apparato burocratico generato dai colletti bianchi, dall'altro la forte gerarchizzazione e specializzazione funzionale della fabbrica. L'obiettivo divenne quindi rendersi più flessibili, perciò snellire l'apparato aziendale ed eliminare i processi produttivi sui quali non si era abbastanza competitivi. Fondamentali in tal senso furono le pratiche di outsourcing, che resero possibile tutti i processi di esternalizzazione, permettendo alle imprese di ridurre i costi di trasporto e delegare le fasi produttive dove non erano specializzate. Oltre a ciò, l'avvento della tecnologia informatica offrì all'imprenditore capitalista il passaggio ad una prima digitalizzazione aziendale e conseguentemente di ridurre aspramente la forza lavoro necessaria. Negli anni Settanta vennero infatti lanciati sul mercato i primi personal computer, i quali trasformarono integralmente il lavoro svolto all'interno degli uffici, che a questo punto diventava solamente un'attività di ricezione, elaborazione e trasmissione delle informazioni.

Proprio l'elaborazione e la trasmissione di informazioni diventa il nodo cruciale intorno al quale si prepara l'arrivo e il consolidamento di quello che è stato definito *capitalismo*

¹⁴ *Angelus Novus. Saggi e frammenti*, Walter Benjamin, trad. it. Einaudi, 1982, Torino.

cognitivo. Se infatti il capitalismo industriale era caratterizzato dall'egemonia del lavoro e del capitale materiale, le nuove necessità antropologico-culturali e produttive richiesero una nuova struttura capitalista, che fosse profittevole e, come già detto, incline al concetto di flessibilità. Perciò sul piano della creazione di valore diviene dominante la condizione immateriale e cognitiva del lavoro, mentre il capitale dominante diventa quello immateriale. Avviene un vero e proprio cambiamento: al centro non sta più la materialità della merce e dei processi produttivi, bensì la capitalizzazione della conoscenza e del vivente stesso, trasformandolo in merce fittizia. Carlo Vecellone, riprendendo le analisi di Grosz, crede che si instauri un processo nel quale la legge del valore-tempo tenda a dirigersi pericolosamente ad una crisi, facendo emergere una logica di accumulazione del capitale che può essere definita nel concetto di 'divenire rendita del profitto'. Questo non fa altro che aumentare la distanza tra la logica della merce e quella della ricchezza che fa virare il capitalismo in una crisi delle sue fondamenta epistemiche¹⁵.

Va oltretutto ricordato che le pesanti crisi economica che hanno investito l'Occidente nel corso degli anni Settanta, hanno reso evidente che non fosse più sufficiente costruire un'offerta di merci che avrebbe dovuto soddisfare la domanda, peraltro in netto calo, quanto diventava necessario agire proprio sul consumatore, sul desiderio e sul piacere relativo al consumo. L'Occidente stava mutando ad una grande velocità, i vecchi paradigmi a cui si aggrappava si stavano sgretolando, le grandi utopie novecentesche stavano collassando su sé stesse, la globalizzazione stava per compiersi nella sua totalità. Ne scaturì un mondo individualista, interconnesso, narcisista, dove al lavoratore dipendente si sostituisce l'imprenditore di sé stesso, e dove la spettacolarizzazione della propria immagine rimpiazza l'attaccamento alla classe a cui si apparteneva.

Proprio nel passaggio agli anni Ottanta, si riconosce un'intensificazione nell'interessamento al tema, tanto che Codeluppi, nel suo brillante «Capitalismo estetico», scorre in rassegna tutta una serie di autori che, quasi in concomitanza, danno vita a tutta una serie di ragionamenti e riflessioni molto prolifiche per quella che è la letteratura circa i processi di estetizzazione sociale ed economica, in evidente espansione.

Innanzitutto, Pierre Bourdieu, il sociologo francese a cui si deve la paternità di alcuni fondamentali concetti in ambito sociologico novecentesco come 'habitus', il quale giunge

¹⁵ *Capitalismo cognitivo e reddito sociale garantito come reddito primario*, Carlo Vecellone, Effimera, 2016.

nel 1979 ad affermare che il condizionamento sociale e l'educazione ricevuta influenzino in larga misura le decisioni estetiche dell'individuo in relazione alle scelte prese in vari ambiti della propria vita sociale. L'esperienza e l'esposizione ai gusti estetici altrui, specialmente della propria famiglia e del proprio campo sociale immediato, giocano un ruolo fondamentale nel condizionare e internalizzare l'atteggiamento culturale e le preferenze di gusto¹⁶. Sempre negli stessi anni, Bourdieu riconosce il ruolo socialmente determinante che ricoprono il mercato dei beni simbolici e quello dei messaggi culturali, poi definito 'campo d'azione'. A lui si deve riconoscere la capacità esibita nel dimostrare come gli individui, tramite l'utilizzo di un proprio capitale culturale, che li definisce e l'instaura in una classe, riescano ad esprimere il proprio gusto estetico, ovvero che gli individui siano in grado di giudicare differenti oggetti in base a valori estetici di cui predispongono.

Si dovrà aspettare invece una decina di anni per incontrare quello che Fredric Jameson definisce 'populismo estetico' per definire la tendenza che più ha caratterizzato il postmodernismo, «ovvero la cancellazione del confine (essenzialmente proprio del modernismo avanzato) tra la cultura alta e la cosiddetta cultura di massa o commerciale, e l'emergere di nuovi tipi di 'testi' pervasi di forme, categorie e contenuti di quell'industria culturale tanto appassionatamente denunciata da tutti gli ideologi del moderno»¹⁷. Jameson crede infatti che l'aspetto fondante del postmodernismo sia proprio la ricerca del supremo aspetto formale, che elimina ogni possibilità ermeneutica dell'opera d'arte e che avrebbe introdotto una sorta di cultura della superficie, unica possibile conseguenza della trasformazione dell'oggetto d'arte in mera *commodity*. Le riflessioni del critico letterario statunitense si svilupparono intorno a una sempre più frequente tendenza sociale di odio nei confronti della figura intellettuale da parte delle masse (su cui torneremo in 'Guerra estetica'), come diretta conseguenza di questa deformazione nel concetto di estetica. Tali riflessioni sembrano invecchiate molto bene, producendo ripercussioni ancora oggi, come si evince da un interessante articolo di Gabriele Pedullà, uscito sul *Sole 24 Ore* nel novembre del 2016, il quale recita che:

Il populismo estetico non è un fenomeno propriamente nuovo, ma non va confuso né con la fascinazione per la letteratura popolare né con gli innumerevoli progetti di

¹⁶ *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Pierre Bourdieu, 1979, trad. ita G. Viale, 2001, Il Mulino, Bologna.

¹⁷ *Il Postmoderno, o la logica culturale del tardo capitalismo*, Fredric Jameson, 1989, Garzanti, Milano.

elevazione intellettuale delle masse attraverso l'arte, su per giù dal Romanticismo Völkisch alle aberrazioni pedagogiche del realismo socialista. Esso costituisce, semmai, esattamente il loro contrario: dal momento che per il populismo estetico la maggioranza ha sempre e comunque ragione, non c'è alcuna ascesa spirituale da compiere (per esempio come autoeducazione alla varietà o alla storicità del gusto). Da qui alla rivolta contro le élite culturali il passo è breve: sino all'intolleranza verso qualsiasi forma di complessità. Vox populi, vox dei, semplicemente.

Un contributo estremamente importante alla discussione in atto è quello che offre Michel Maffesoli, il quale afferma che la società postmoderna è caratterizzata dal concetto di 'etica dell'estetica'. Secondo il sociologo francese, infatti, il postmodernismo rappresenta l'epoca dell'*homo aestheticus* che ha ormai soppiantato l'*homo aeconomicus*. Infatti, abbandonata la razionalità tipica del modernismo, la società postmoderna si concentra maggiormente sull'aspetto emozionale e quello sensibile. Ed essendo l'estetica riconducibile ad una volontà di sentire comune, di condividere un'esperienza sensoriale, la partecipazione di un individuo ad un gruppo socioeconomico non dipende più dal razionamento bensì risponde a istanze a-razionali come il puro piacere o il desiderio¹⁸. Dunque, l'etica dell'estetica rappresenta un'emersione di valori etici che, scaturendo dalla condivisione di spazi, sentimenti, emozioni, nutrite da semplice prossemia, finiscono per legare gli uni agli altri in modo etico, offrendo cardini comuni su cui stabilire il giusto.

Questi sono inoltre gli anni della 'trans-estetica' di Baudrillard. L'intellettuale della Sorbona dichiarava che i sogni delle avanguardie novecentesche si erano realizzati perché il postmodernismo aveva sancito la propagazione dell'arte in tutte le sfere dell'esistenza, riuscendo a pervadere la vita di ognuno nella sua totalità. Ovviamente ne consegue che l'arte in quanto tale, fenomeno separato e trascendente, non esistesse più perché concretizzata nella vita di tutti i giorni. Essendoci una proliferazione quasi esauriente dell'arte in tutte le sfere della vita e del sociale, spariscono i criteri di giudizio estetico, tanto che l'individuo contemporaneo diventa indifferente al gusto, manifestando solo il *disgusto*. Se da un lato Baudrillard riconosce in questa deriva postmodernista un'istanza pericolosa per la natura stessa dell'arte, dall'altro lato ne ravvisa l'importanza, quasi l'imprescindibilità, che questa ha assunto per l'ordine sociale della contemporaneità. Egli afferma che «la nostra società ha dato vita a una esteticizzazione generale: tutte le forme

¹⁸ *Nel vuoto delle apparenze. Per un'etica dell'estetica*, Michel Maffesoli, Infinito Edizioni, 2017.

di cultura – senza escludere quelle anti-culturali – sono ammesse e tutti i modelli di rappresentazione e anti-rappresentazione sono accettati»¹⁹. Oltre a ciò «si dice spesso che la grande impresa dell'Occidente è la commercializzazione del mondo intero, il balzo dal fatto del tutto al fatto del prodotto. Quella grande impresa risulterà poi essere stata l'esteticizzazione del mondo intero – la sua spettacolarizzazione cosmopolita, la sua trasformazione in immagini, la sua organizzazione semiologica»²⁰. Sembra a questo punto piuttosto evidente il parallelo che lega queste affermazioni di Baudrillard con l'affermarsi della biopolitica, concetto coniato per primo da Foucault, ma che ha visto moltissimo interessamento in autori successivi, tanto da porre le basi per la teorizzazione della *Bioestetica* di Piero Montani. Nel suo omonimo testo, il filosofo italiano, evidenziando l'ascesa dell'assetto biopolitico, derivante dall'affermazione delle biotecnologie e dell'economia globalizzata, ne indaga gli effetti sulla vita biologica. Se da un lato, essa è diventata l'ambito prioritario a cui è teso il potere politico, dall'altro è diventato teatro di un profondo mutamento socioculturale che, oltre a coinvolgere il corpo e le sue estensioni mediali, ridefinisce il rapporto della tecnica con il campo del sensibile.

Si giunge così, o per meglio dire, il testo si ricongiunge con lo scritto «L'estetizzazione del mondo. Vivere nell'era del capitalismo artistico» di Lipovetsky e Serroy. I due autori francesi, con tono aspramente provocatorio, affermano che la società contemporanea è quella in cui si è compiuta l'estetizzazione del mondo. Credono che, diversamente dal passato, ogni forma ed espressione artistica sia integrata nel sistema produttivo e sia addirittura lo stesso sistema produttivo a determinarne la nascita di stili e movimenti artistici. Al posto di un sistema basato sul carattere specifico di ciascuna opera d'arte, viene progressivamente a installarsi il sistema industriale del capitalismo artistico, le cui prime manifestazioni risalgono alla seconda metà dell'Ottocento per poi intensificarsi nei decenni successivi. La principale tesi di Lipovetsky e Serroy è quella secondo cui il capitalismo si trovi all'interno di una condizione dominata dal paradosso: più tenta di essere razionale ed efficiente, più è costretto a fare ricorso a ciò che è contrario ad ogni forma di razionalità, quindi emozione, creatività ed estetica. Questa nuova forma capitalista necessita della creazione artistica, ne è dipendente, in quanto strumento di legittimazione sociale dei suoi prodotti. Tale cortocircuito si ripercuote emblematicamente nel capitalismo estetico odierno, al cui interno convivono aspetti

¹⁹ *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*, Jean Baudrillard, SugarCo, 2018.

²⁰ *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*, Jean Baudrillard, SugarCo, 2018.

paradossali: la ricerca di bellezza e cattivo gusto, estetizzazione e degradazione dell'ambiente, felicità e ansia.

Questo passaggio, questa ibridazione dell'assetto capitalistico si ritrova perfettamente nella trasformazione delle imprese. Infatti, come analizzato da Vanni Codeluppi, le imprese danno vita ad un vero e proprio passaggio di natura estetica volto ad avvolgere l'intera società e a mascherare le contraddizioni riscontrabili all'interno dei processi sociali ed economici²¹. Tale mutamento è fortemente presente nell'analisi di Alberto Abruzzese, il quale afferma che la tensione delle società contemporanee verso una dimensione di estetica articolata e diffusa abbia sancito il superamento di quell'idea di armonia che caratterizzava il pensiero occidentale nei secoli scorsi. L'armonia che posava le sue radici sull'equivalenza tra il Bello, il Vero e il Buono è scomparsa, tanto che, negli ultimi decenni, la presenza dell'estetica del Bello comporta una forte presenza dell'estetica del Brutto. Più in generale questa relazione di dipendenza è determinata dall'esigenza dei mercati di consumo di massa che, rendendo compatibile il Bello e il Brutto, rendono sempre più complesse le dinamiche di estetizzazione del mondo.

²¹ *Estetica e Capitalismo*, Vanni Codeluppi, in *Forme estetiche e società ipermoderne*, a cura di Vanni Codeluppi, 2023, Meltemi Editore

1.2. Il capitalismo estetico secondo Bernard Stiegler e Alberto Abruzzese

Leggere la genesi, la struttura e il funzionamento del capitalismo estetico richiede, come visto precedentemente, una lettura trasversale di moltissimi studi, ricerche e pensieri. Questa moltitudine di materiali può riassumersi nelle analisi e negli approcci di due autori, attivi fin dagli anni Sessanta, tanto distanti nella metodologia attuata quanto vicini negli intenti perseguiti: Bernard Stiegler e Alberto Abruzzese. Il primo filosofo, mentre il secondo proveniente dal campo sociologico, condividono la matrice del marxismo ortodosso. Le tesi che affiorano dai loro studi decennali e dalle loro pubblicazioni sono l'esito di due approcci talmente differenti da diventare complementari. Utilizzare congiuntamente il loro pensiero offre degli strumenti efficaci tanto per la riflessione intorno alla trasformazione del ruolo dell'estetica nella società moderna e contemporanea, quanto per gli effetti che l'industrializzazione culturale ed estetica ha apportato alla società e agli individui che la costituiscono. Entrambi gli autori, infatti, pur procedendo mediante analisi differenti, concentrano la loro analisi su come, dietro la cartina tornasole della democratizzazione dell'opera d'arte, la struttura capitalista, nelle varie forme che ha assunto, tende ad appropriarsi del valore estetico. E questo, non solo fagocitando e conseguentemente capitalizzando qualunque pensiero o artefatto artistico, bensì servendosi degli stessi principi ontologici del campo artistico per trasformare sé stesso, per sviluppare una versione del sé sempre più efficace, adattabile e modulabile ai cambiamenti socio-tecnologici.

Come detto, pur essendo entrambi debitori della dottrina marxista, solamente Abruzzese ricoprì un ruolo di primo piano tra gli intellettuali cosiddetti post-operaisti, tanto che la sua penna sarà riscontrabile nelle pubblicazioni di *Contropiano*, rivista fondata nel 1968 da Alberto Asor Rosa e Massimo Cacciari, sorta dalle ceneri di Classe Operaia, che riuniva i massimi esponenti di quella sinistra operaista intellettuale e forniva, tramite una lente interdisciplinare, la critica dell'ideologia, attraversata da costanti riferimenti alla tradizione del pensiero della crisi. Invece, Stiegler non fu mai intellettuale militante, seppur la potenza e l'asprezza della sua penna potrebbero far pensare il contrario. Dopo cinque anni passati in carcere per una rapina a mano armata, scopre nella filosofia lo strumento per scardinare un sistema da cui non si sente rappresentato. Allievo di Jacques

Derrida, gli autori che però esercitarono in lui la massima influenza furono Deleuze e Guattari, con i quali condivideva la stessa lucidità di analisi riguardo ai cambiamenti sociali che stavano imperversando. Diventato uno dei massimi esponenti di quella che viene definita 'filosofia della tecnologia', intendeva quest'ultima come prassi per la trasformazione rivoluzionaria della società.

Risulta necessario aprire una parentesi, che poi tanto parentesi non è, riguardo la prospettiva che Stiegler e Abruzzese decidono di intraprendere intorno concetto di estetica. Se infatti, il mondo dell'arte ha sempre operato all'interno della cultura occidentale come principio essenziale di bellezza, negli ultimi decenni, questo ruolo affidatogli per secoli è entrato in crisi. Abruzzese crede che ciò sia avvenuto in conseguenza all'estensione sociale del processo di mercificazione artistica adoperato dell'apparato capitalistico che, da un lato, ha portato a ridimensionare il ruolo tradizionalmente ricoperto dall'arte, mentre dall'altro, ha sviluppato una concezione dell'estetica finalizzata alle proprie necessità produttive.²² Perciò, entrambi gli autori, utilizzando il termine estetica, intendono adottare il significato più ampio del termine, quello dell'*aisthesis*, ovvero la sensazione, la sensibilità, quindi la forma di conoscenza della realtà che si basa principalmente sui sensi del corpo umano. Infatti, Stiegler sostiene che si possano distinguere almeno due tipologie di estetica: quella degli psico-fisiologi e quella della storia dell'arte. Mentre la seconda rimanda agli artefatti, ai simboli e alle opere, la prima si riferisce al campo degli organi di senso²³. Entrambi, infatti, riprendendo gli assunti di Jacques Rancière, sono convinti che la questione estetica sia una questione politica, così come, al contrario, che la questione politica sia una questione estetica. Come vedremo, il ruolo di mediatore tra le due questioni sarà invece ricoperto dal dispositivo tecnico. Oltre a questo, tanto Abruzzese quanto Stiegler, credono che debba essere riformulata la questione estetica per invitare il mondo dell'arte a riprendere una comprensione politica del proprio ruolo, sennò il rischio in cui si incorre, ormai tramutato in esito, è il totale abbandono della questione estetica alle industrie culturali e alla sfera del mercato globale. Nel pensiero di ambedue gli autori, ciò non porta a concepire l'artista come militante, o più in generale, non credono che gli artisti debbano per forza essere politicamente impegnati - come vedremo, Abruzzese porta avanti una riflessione molto

²² *Forme estetiche e società ipermoderne*, a cura di Vanni Codeluppi, Meltemi, 2023.

²³ *Miseria simbolica. 1-l'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, Meltemi Editore, 2021.

forte sulle problematiche che legano l'opera d'arte a principi rivoluzionari – piuttosto sarebbe decisivo riconoscere quanto il loro lavoro sia già impegnato in virtù di una sensibilità condivisa.

Ora, leggere simultaneamente Stiegler e Abruzzese può, in alcuni frangenti, risultare complesso. Del resto, l'approccio filosofico e quello sociologico sono differenti, come differenti sono gli elementi scelti per l'analisi che arricchiscono le opere dei rispettivi autori. Seguendo però il pensiero metodologico simmeliano, il testo si poggia sull'idea secondo cui le due discipline sono sempre state pensate come strettamente legate e interconnesse, in una costante interazione in cui la Filosofia (nella sua forma sociologica e/o di Filosofia Sociale) si pone a monte e a valle della Sociologia. Proprio per queste motivazioni il ragionamento stiegleriano può essere portato a completamento da quello abruzzesiano, e viceversa, ricordando poi, che la matrice ideologica e quella teorica, ma soprattutto le intenzioni, sono le stesse.

1.2.1. Partendo dall'industria culturale

Analizzare il concetto di Capitalismo Estetico utilizzando la doppia chiave di lettura di Abruzzese e Stiegler non può che partire dal concetto di Industria Culturale. Tanto Abruzzese, che gli dedicherà una pubblicazione, quanto Stiegler, riconoscono nella genesi e nello sviluppo delle industrie culturali un principio fondativo della intensa relazione tra l'assetto capitalistico e il principio estetico-culturale.

Una riflessione intorno al concetto di 'industria culturale' è costretta a muovere i primi passi negli scritti di Adorno e Horkheimer, ai quali si deve la paternità del termine oltre che le prime riflessioni circa l'implementazione capitalista dei metodi industriali nel campo della cultura. Risulta quindi doveroso ricorrere al saggio inserito nella più grande opera «Dialectica dell'Illuminismo» dei due autori francofortesi perché, come vedremo, molte delle questioni che emergono dal saggio, non solo esprimono le fondamenta della manifestazione capitalistica che intendiamo analizzare, ma offrono la possibilità di lavorare trasversalmente tra le discipline e i piani di lettura. Perché i concetti di standardizzazione, sempre identico, massificazione delle masse e pseudo-individualizzazione, non solo ricorrono fino ai nostri giorni, ma permettono un'analisi allo stesso tempo trascendente e immanente, individuale e collettiva, estetica e politica. Tanto Abruzzese quanto Stiegler, sono fortemente debitori della critica all'industria culturale di Adorno e Horkheimer, difficilmente sarebbero riusciti a tracciare un pensiero così innovativo senza attingere dalla dottrina francofortese.

Nel cominciare, è sicuramente interessante capire la definizione di Industria Culturale e Creativa che ne dà l'UNESCO, il quale afferma che «in generale, si ritiene che esista un'industria culturale quando i beni e i servizi culturali sono prodotti, riprodotti, immagazzinati o distribuiti secondo criteri industriali e commerciali, vale a dire su larga scala e secondo una strategia basata su considerazioni economiche piuttosto che su una preoccupazione per lo sviluppo culturale»²⁴. È lo stesso UNESCO a ricordare che il primo utilizzo di Industria culturale si può riscontrare nel saggio *Dialectica dell'Illuminismo* pubblicato da Adorno e Horkheimer nel 1948 ad Amsterdam. Il saggio ha rappresentato un crocevia fondamentale nell'evoluzione di quella che è stato il pensiero filosofico

²⁴ AA.VV., Cultural industries. A challenge for the future of culture. Pubblicato dall'UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) a Parigi nel 1982.

europeo del secondo Novecento. I due autori del saggio furono esponenti di spicco della Scuola di Francoforte, ovvero quel gruppo di intellettuali legati all'istituto della Ricerca Sociale nato nel 1922 ad opera della donazione dell'industriale H. Weil e che riuniva al suo interno pensatori legati al marxismo ortodosso.

Il volume sopracitato si costituì di più parti, di cui la più consistente fu rappresentata da una poderosa critica filosofico-politica dell'illuminismo. Oltre a questa, rientrarono nell'imponente volume una riflessione sugli *Elementi dell'Antisemitismo*², alcuni *Excursus* su varie tematiche, ma soprattutto, in base a ciò che verrà trattato in questo scritto, la descrizione e la critica all'Industria culturale.

Per capire le esigenze che mossero i due francofortesi a redigere un volume così denso di elementi e così poderoso nella sua forza critica è necessaria una contestualizzazione. Per fare ciò, può essere utile prendere in prestito le parole di Stefano Cristante che nel suo *Rileggere l'industria culturale*, parlando del contributo adorniano al testo, afferma che «L'intento della scrittura di Adorno – cioè, del corpo e della mente di Adorno – è di trivellare il suolo del pensiero europeo (da cui si è dovuti scappare) e di aggredire il 'nuovo' stile americano (in cui si è potuti giungere), annunciatore e sperimentatore di un modello ultimo di modernità di derivazione illuministica»²⁵. Infatti, Adorno e Horkheimer furono tra i tanti intellettuali che dovettero scappare dalla Germania nazista allo scoppio del confronto bellico e rifugiarsi negli Stati Uniti. Perciò, fuggiti dalle barbarie del nazionalsocialismo europeo, i due autori si imbattono in quello che era il sistema del monopolio liberale americano trovandovi diverse linee di congiunzione con ciò che avevano lasciato. La redazione del volume, quindi, nasce dall'esigenza di decifrare gli Stati Uniti come complice del sistema mondiale in atto, sistema che, modellato sul capitalismo industriale, non era riuscito a sfuggire alle derive autoritarie. L'intenzione dei due intellettuali era quella di sviluppare una critica al capitalismo e alla società a loro contemporanea che permettesse di capire l'assimilazione all'affermativo e al sempre identico, tipico tanto dei sistemi totalitari quanto di quelli liberali.

Ecco che inizia a delinearsi l'intento della critica all'industria culturale che, utilizzando le stesse parole dei due autori «mostra la regressione dell'Illuminismo nell'ideologia che ha

²⁵ *Rileggere l'industria culturale*, Stefano Cristante, Idee, 58, pp. 178-189, 2005.

la sua espressione canonica nel cinema e nella radio», di stampo esplicitamente statunitense

«... Dove l'Illuminismo è soprattutto nel calcolo dell'effetto e nella tecnica di produzione e diffusione; l'ideologia, per quello che è il suo vero contenuto, si esaurisce nella feticizzazione dell'esistente e del potere controllante la tecnica. Nell'analisi di questa contraddizione l'industria culturale viene presa più sul serio di quanto essa stessa non vorrebbe. Ma poiché il suo richiamarsi al proprio carattere commerciale, la sua professione di verità ridotta, è divenuta da tempo una scusa per sottrarsi alla responsabilità della menzogna, la nostra analisi si attiene alla pretesa insita oggettivamente nei prodotti, di essere creazioni estetiche e quindi verità rappresentate. Essa smaschera l'assurdità sociale nell'inconsistenza di quella pretesa»²⁶.

È evidente da queste parole come emerge la profonda matrice marxista da cui i due autori attingono, una dialettica talmente esplicita e diretta da non lasciare dubbi circa il *nemico* da combattere, quel sistema di produzione di massa, che dietro la retorica della democratizzazione dei prodotti culturali conduce alla loro piena trasformazione in merce commercializzabile. Non vi è niente di artistico in quei prodotti culturali di massa, che altro non fanno che compiere una mistificazione nel loro consumo, fornendo una parvenza di individualità al consumatore, che in essa, trova l'illusione di libertà, ma che invece si ritrova a consumare un prodotto essenzialmente 'predigerito'. Un termine questo estremamente esplicativo di uno degli intenti che stanno alla base del saggio: smascherare quei *cliché* che sarebbero dovuti scaturire in origine dai bisogni dei consumatori e conseguentemente accettati senza esitazione, ma che invece, concorrono ad alimentare un circolo vizioso e manipolatorio di necessità sempre più stringente. Perciò illudere, mistificare dietro la cartina tornasole del divertimento o dell'*amusement*, come lo definisce Adorno, ovvero quel senso di piacevolezza insito in quei prodotti caratteristici dell'industria culturale, che permette di estrarre profitto sul tempo libero del consumatore e che al tempo stesso concorrono nell'eliminarlo.

A questo punto, una domanda sorge spontanea. Quali sono questi prodotti culturali contro cui Adorno e Horkheimer si scagliano? Sicuramente il cinema, la radio e la televisione, ma non solo, non sfuggono all'analisi dei due autori neanche la letteratura e la musica, in

²⁶ *Dialettica dell'illuminismo*, Adorno e Horkheimer, 1944, trd. It. Renato Solmi, pp. 8, Einaudi, Torino, 2010.

particolare il jazz, verso cui, Adorno nello specifico, scriverà moltissimo. Ed è proprio nella profonda analisi di questi media, soprattutto cinema e musica, che si palesano le più grandi problematiche del saggio, ampiamente evidenziate nel corso dei decenni successivi. Al tempo stesso, è difficile negare che alcune affermazioni e pensieri scritte nel secondo capitolo di «Dialettica dell'Illuminismo» si siano paventate ai giorni nostri come inquietanti previsioni. Quando ad esempio i due autori scrivono, a proposito dell'atrofia dell'immaginazione e della spontaneità del consumatore culturale del tempo, che «I prodotti stessi, a partire dal più tipico, il film sonoro, paralizzano quelle facoltà per la loro stessa costituzione oggettiva. Essi sono fatti in modo che la loro apprensione adeguata esige bensì prontezza d'intuito, doti di osservazione, competenza specifica, ma anche di vietare addirittura l'attività mentale dello spettatore, se questi non vuol perdere i fatti che gli passano rapidamente davanti»²⁷, non sono così distanti dal decifrare il paradigma di taluni prodotti cinematografici odierni. Beninteso, sono argomentazioni che hanno bisogno di essere circoscritte. È ovvio che non tutti i prodotti cinematografici rispondono a tali paradigmi e tali strutture, ma sicuramente la maggior parte di quei film che riempiono le sale dei moltissimi multisala disseminati in tutto il mondo occidentale, possono rispecchiarvisi, o almeno, sicuramente potranno rispecchiarsi nell'affermazione che si trova qualche frase più tardi di quella sopracitata: «I prodotti dell'industria culturale possono contare di essere consumati alacramente anche in stato di distrazione»²⁸. Tesi che tanto Abruzzese quanto Stiegler riprenderanno nella loro analisi dei prodotti dell'industria culturale, in particolar modo nell'analisi del prodotto filmico.

C'è da ricordare che alla conferenza del 1963 che prese il titolo di «Résumé sull'industria culturale», Adorno ci tenne a precisare che il concetto di industria culturale non intende far riferimento a quel tipo di cultura che sorge spontaneamente dalle masse o dal popolo, bensì a quell'apparato di produzione, distribuzione e comunicazione di cultura idonea al consumo di massa operata da soggetti che hanno concentrato su di sé potere economico e potere amministrativo. Perciò, nella stessa conferenza, Adorno tracciò una netta distinzione tra *popular culture* e cultura popolare, specificando come nella prima sia completamente assente l'elemento di spontaneità che invece sarebbe presente nella

²⁷ *Dialettica dell'illuminismo*, Adorno e Horkheimer, 1944, trd. It. Renato Solmi, pp. 133, Einaudi, Torino, 2010.

²⁸ *Dialettica dell'illuminismo*, Adorno e Horkheimer, 1944, trd. It. Renato Solmi, pp. 134, Einaudi, Torino, 2010.

cultura popolare. Per quest'ultima, i due autori dimostrano enorme rispetto e trovano in essa un elemento necessario nella vitalità della contrapposizione con la cosiddetta *arte alta*.

Come già anticipato, dall'enorme lavoro contenuto nel secondo capitolo di «Dialectica dell'Illuminismo» emergono moltissimi elementi di criticità che fanno riflettere tutt'oggi. Che il lavoro di Adorno e Horkheimer risulti insufficiente sotto molti frangenti è più che conclamato, ma non si può negare il fatto che alcuni processi che essi scrissero nel 1948 si siano effettivamente rilevati nei decenni successivi e che il sistema artistico-culturale e le industrie creative contemporanee risentano enormemente dello stretto legame con l'apparato neocapitalistico. La forma è cambiata, il sistema post-fordista è arrivato al suo apice e negli ultimi decenni si è visto comparire il cosiddetto capitalismo cognitivo, i cui effetti, presentano notevoli punti di contatto con quelli presagiti da Dialectica dell'Illuminismo. Gli effetti di captazione e di cattura del valore artistico-culturale palesano elementi e modalità similari a quelle che vennero raccontate ormai quasi un secolo fa.

Detto ciò, la prima manifestazione della distanza tra Abruzzese e Stiegler si evince dall'inquadramento che questi adottano per l'istituto dell'industria culturale. Se infatti, Stiegler palesa una netta vicinanza ad Adorno riconoscendo nel significato stretto di industria culturale un fenomeno cominciato con l'epoca industriale e la società modernista, di matrice propriamente capitalista, al contrario, Abruzzese ne riconosce un'origine molto più antica e una natura non prettamente connessa al capitale. Pur riconoscendo che l'industria culturale, nella forma e con la struttura con cui la riconosciamo oggi, nasca nel corpo metropolitano, si sviluppi nel corpo cinematografico e si concluda in quello televisivo per poi innestare un nuovo ciclo, crede che l'origine ontologica dell'industria culturale sia da rintracciare in strutture sociali molto più antiche. Il sociologo offre un'analisi estremamente ampia e complessa del concetto di industria culturale, tanto che, nel testo «Industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio», egli tenta di ricostruire la cronistoria del termine. Per questo motivo, può essere utile, nella riflessione che segue, ripercorrere il tracciato ricostruito da Abruzzese, accogliendo al suo interno, come incursioni, le riflessioni di Stiegler.

L'indagine di Abruzzese comincia sostenendo che la nascita dell'industria culturale deve essere fatta risalire a cinquantamila anni fa, quando, *l'invenzione delle mani* diede inizio al

lungo processo di costruzione di protesi e tecnologie artificiali che hanno reso possibile la comunicazione tra individui. E continua, trovando nell'affermazione delle immagini un'ulteriore costituzione di un istituto sociale, tramite cui l'uomo ha trovato la propria sopravvivenza. Proprio attraverso l'uso dell'immagine, in particolare modo delle immagini di caccia, l'essere umano è stato in grado di coordinare le principali azioni collettive che assicuravano la propria esistenza come l'allerta, la salvaguardia e la caccia. Perciò, Abruzzese decostruisce il termine 'industria culturale', lo smembra, lo libera, almeno inizialmente, da qualunque connessione al capitale o qualsivoglia forma di commercio. Anzi, intende dimostrare come l'industria culturale altro non rappresenti che il principio esistenziale della comunicazione tra esseri umani, le fondamenta del vivere comune, di ogni principio di collettività. Va oltre, affermando che gli archetipi dell'industria culturale appartengano all'universo dei miti, tanto che, riferendosi ad essa, scrive che «la sua efficienza nel far viaggiare oltre ogni limite si chiama Ulisse, la sua vocazione di intrattenere si chiama Omero, pur non essendo delle divinità la loro capacità sta nel trasmettere attraverso il legame tra linguaggio e immagine, tra oralità e scrittura, una mitologia»²⁹. Comparandola sia all'immagine che all'oralità, ritrova nella scrittura l'unica possibile forma per rappresentare l'invisibile, tanto che riconosce proprio nella poesia, la tecnologia più efficace nella memorizzazione della tradizione culturale che, permettendo al pensiero di oggettivarsi, permette alla mente umana di liberarsi da schemi prestabiliti e di sviluppare capacità critica in riferimento a proprie o altrui creazioni. Anche Stiegler è fortemente interessato ai fenomeni di memorizzazione e tramandamento delle tradizioni culturali, però non riconoscendovi ancora delle manifestazioni primordiali di industria culturale. Piuttosto si concentra sul concetto di mnemotecnica, i cui strumenti, apparsi appena dopo il neolitico, divennero immediatamente dispositivi di strutturazione dei poteri. Stiegler riconosce questo fondamentale passaggio nel concetto di ominazione che, essendo da sempre perseguito dall'uomo, viene inteso come «l'esteriorizzazione funzionale delle esperienze individuali e singolari, che si trasmettono a coloro che diventano per ciò stesso degli eredi: i discendenti»³⁰. L'ominazione altro non

²⁹ *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*. Alberto Abruzzese, Davide Borrelli, Carocci Editore, 2001.

³⁰ *La miseria simbolica.1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, Meltemi Editore, 2021.

è che la prosecuzione del genere umano con l'ausilio di altri mezzi che non siano la vita stessa.

Tornando agli scritti di Abruzzese, si può leggere che, rientrando nella categoria dei miti, l'industria culturale delle società primitive si esprimeva nel rito. Concepito come uno strumento a servizio degli individui, volto a ritrovare l'equilibrio e l'armonia nei momenti di pressione e di conflittualità, rappresentava il momento in cui i primitivi potevano riflettere sulla loro condizione esistenziale. Sono proprio le performance ritualistiche che producono negli uomini un cambiamento nel modo di percepire la realtà. È interessante denotare come della teatralità ritualistica ne parlano anche Adorno e Horkheimer nella descrizione dell'industria culturale. Più precisamente ad essi dobbiamo la creazione di un interessante corto circuito tra quella che è la loro concezione di industria dei consumi e i riti di iniziazione tribale degli antichi: i protagonisti di queste primordiali performance vengono rievocati ad immagine e somiglianza dei barbari e delle danze dell'industria culturale.

Accanto alla scrittura e alla performatività, Abruzzese afferma che il terzo fondamento della storia della comunicazione è stata la navigazione, intesa in termini di commercio, quindi di incontro con l'ignoto, con lo straniero. È in questi tre principi comunicativi che si fonda l'industria culturale, ed è specialmente nel consumo delle forme comunicative e nella comunicazione degli oggetti di consumo che si ritrova la sua organizzazione ontologica.

Il cambiamento di paradigma Abruzzese lo riscontra in due processi fondamentali per la modernizzazione: la mondanizzazione e la secolarizzazione. Infatti, la vita terrena non viene più considerata esclusivamente come parentesi di attesa del giudizio universale, bensì come una parentesi dove esprimere la propria condizione esistenziale. In questo modo viene a modificarsi la funzione stessa dell'immagine, non più volta a rendere visibile l'invisibile, bensì a rappresentare il visibile in quanto tale. Questo fa sì che il rapporto tra ultraterreno e vita quotidiana cambi drasticamente, modificando di conseguenza il valore simbolico della merce, che inizia la sua inesorabile espansione. Questa analisi ricorda quello che Deleuze e Guattari, analizzando la teoria dell'economia libidinale di Lyotard, riconobbero come la più grande virtù del capitalismo, cioè la forza di questa economia trasformata di liberare il desiderio, il quale adesso può essere soddisfatto senza ricorrere a strumenti trascendenti. In tal senso, gli autori de «L'Anti-Edipo», credevano inizialmente

che il capitalismo fosse in grado di liberare i flussi di desiderio in un campo deterritorializzato, per poi accorgersi in seguito della fallacia di tale speranza, riconoscendo che «il capitalismo è definito da una crudeltà incommensurabile, perché ci fa morire gridando viva il capitale»³¹. La visione lyotardiana si avvicina maggiormente a quella di Abruzzese rispetto che a quella di stiegleriana. Infatti - pur allineandosi al pensiero di Stiegler riguardo al processo di alienazione del desiderio che, alienato nel vortice degli scambi monetari operati dal regime finanziario, si annulla, non ritrovando più il proprio appagamento, continuamente trasformato in energia monetaria - la visione lyotardiana chiede l'abbandono delle sterili proteste contro il capitalismo e, come Abruzzese, il tentativo di cogliere le pulsioni presenti al suo interno, generatrici di desideri, come energia utile all'emancipazione.

Riprendendo il percorso cronologico abruzzesiano, nelle sue parole si scopre che è nell'avvento della lanterna magica, e la conseguente possibilità di proiezione dell'immagine pittorica, che si manifesta un cambiamento nel paradigma dell'industria culturale: l'idea che un'innovazione tecnologica trovi nel suo consumo la propria destinazione espressiva. Il capitalismo non sarebbe in questo modo solamente un prodotto, una conseguenza della progressiva industrializzazione delle società tradizionali, ma costituirebbe soltanto un episodio di una trama molto più estesa di ogni forma originaria di mondanizzazione, ovvero, scrive Abruzzese, di ogni apparato per mezzo del quale l'essere umano ha fatto mondo. E questo, a partire dai regimi di senso che ha attribuito al sacro, quindi di divinizzazione simbolica della natura, quel crogiuolo di rituali da cui sono nati i miti.³²

In seguito, con l'affermarsi della società di massa del XIX secolo e del mutato contesto industriale, il quale richiede nuove modalità di produzione e consumo, fu necessaria una riorganizzazione del sistema di comunicazione e di circolazione culturale.³³ Quindi, la cultura si democratizza, cessa il rapporto di esclusività che la legava ad un gruppo ristretto di intenditori e si riversa nel popolo. Nella cultura di massa la quantità emerge a discapito della qualità e i contenuti spettacolari emergono a discapito delle forme estetiche. Ecco che in tal punto, la disamina storiografica di Abruzzese si ricongiunge con le tesi sviscerate

³¹ *L'anti-Edipo*, Gilles Deleuze – Felix Guattari, pp. 429, Einaudi, 2002.

³² *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto Abruzzese, H-ermes. Journal of Communication, n. 1, pp. 133-154, 2013.

³³ *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*. Alberto Abruzzese, Davide Borrelli, Carocci Editore, 2001.

da Adorno e Horkheimer nel loro «Dialettica dell'Illuminismo». Al contempo, Stiegler crede che sia proprio sulla scia della rivoluzione industriale e sulla conseguente redistribuzione dei ruoli sociali che nacque il concetto di marketing, al quale venne affidato fin da subito un ruolo cruciale per il proseguo capitalista. Infatti, si venne generando un imperativo del tutto imprevisto e sconosciuto fino ad allora, ovvero la necessità di smaltire, tramite il consumo, i prodotti industriali provenienti dal macchinismo elettrico, elettronico e termodinamico che, pur essendo altamente standardizzati, si presentavano in grande varietà, oltre che in quantità smisurate, modificando, secondo Stiegler, la natura stessa della diversità. Perciò il marketing, seppur in una forma ancor primordiale, impadronendosi delle mnemotecnologie, avrebbe dovuto assicurare il funzionamento dell'intero sistema dell'industria culturale, e quindi della circolazione sempre più accelerata delle sue energie.

Riprendendo Hegel, Abruzzese ritiene che sia l'arte romantica a sancire la morte dell'arte. Quindi, l'arte muore e con essa la rappresentazione della verità universale dell'idea per fare spazio ad una comunicazione mondana e ad un linguaggio sociale. La massa non è più la somma delle singole personalità, quanto la somma delle caratteristiche comuni di tale umanità. La civiltà passa oramai dalle metropoli e questo richiede una decisiva differenziazione della società e nuovi bisogni comunicativi, cosicché l'immagine sia chiamata ad assolvere nuove funzioni comunicative, di mediazione tra merce e consumo, di riunificazione di ciò che ormai differenziandosi e frammentandosi è diventato sempre più inquietante e opaco. Con l'avvento del marketing, il quale si affermerà poi nel XX secolo, la cui apparizione è contemporanea al fordismo, la questione non è più solo la riproduzione del produttore, ma anche la fabbricazione, la riproduzione, la diversificazione e la segmentazione dei bisogni del consumatore.³⁴

La cultura di massa si afferma definitivamente nel Novecento grazie al processo di inclusione delle classi subalterne alla vita pubblica. La cultura tende ad omogeneizzarsi, non vi è più una struttura gerarchica tra cultura bassa e cultura alta, spariscono le barriere all'entrata che in passato impediva alla moltitudine di accedere alla cultura cosiddetta d'élite. Di conseguenza si trasforma radicalmente l'apparato comunicativo della società. Secondo Morin, l'avvento della comunicazione di massa produce due processi

³⁴ *La miseria simbolica. 1-L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, Meltemi Editore, 2021.

complementari e strettamente correlati: la moltiplicazione dei flussi informativi e dei destinatari dei messaggi, e la volgarizzazione dei loro contenuti. Il XX secolo è il secolo che, entrambi gli autori presi in esame, definisco *di Hollywood*, ovvero dei grandi media di massa, dell'industria dell'informazione che, come materie prime, individuava la coscienza e lo spirito.

L'originalità della lettura dell'industria culturale di Abruzzese sta nel fatto che il sociologo italiano, pur non abbassando la soglia di attenzione riguardo alla natura ideologica delle posizioni che intellettuali e addetti dell'industria culturale esprimono sulla cultura di massa, riesce a far virare la sua indagine sul movimento storico e reale dell'industrializzazione della cultura che si fa istituzione e nuova soggettività del pubblico.³⁵ «In Forme Estetiche. Una società di massa», si dipana una ricerca che, dopo essersi concentrata sulla spinta moderna alla fantasmagoria e allo spettacolo, si dedica quasi totalmente all'analisi dei dispositivi predisposti alla realizzazione dell'immaginario collettivo otto-novecentesco.

Essendo entrambi debitori della dottrina marxista, al principio, le tesi di Stiegler e Abruzzese coincidono. Entrambi gli autori, infatti, riprendendo i 'Grundrisse' di Marx, credono che sia la produzione a produrre il consumo, determinandone i modi, creandogli il materiale e producendo i bisogni nel consumatore. Al tempo stesso, il consumo produce la disposizione del produttore sollecitandolo, in quanto dà una finalità alla produzione. Oltretutto, Abruzzese sostiene che economia e cultura siano inseparabili. Quindi il capitale costringe il l'individuo, inteso come soggetto e come classe, a diventare parte integrante della produzione. Si viene così a costituire una nuova forma sociale, il cui consenso si regge sui principi e gli strumenti dello spettacolo in una dimensione sempre più estesa e colossale, che trova esito proprio nel cinema, dove l'ideologia del pubblico «si smaschera per avere più fascino»³⁶. Non essendo la cultura una sovrastruttura determinata dalla prima, è proprio la sua forma industriale a costituire la nuova istituzione che regola e controlla la società, in un lungo processo che si diffonde per ogni ruolo della vita collettiva e individuale.

³⁵ *Forme estetiche e società di massa*, Alberto Abruzzese, Marsilio Editore, 2001.

³⁶ *Karl Marx. Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica*, Alberto Abruzzese, Contropiano, 2, p.379, 1968.

Il pensiero di Stiegler sembra conciliare con quello abruzzese riguardo alla 'questione culturale'. Egli infatti afferma che, per come viene posta in modo essenziale dall'arte, è più che mai al cuore tanto dell'economia e dell'industria quanto della politica, tanto che la comunità sensibile è oggi interamente attraversata dalle tecnologie di ciò che Deleuze definisce 'società di controllo'. L'essenziale della lotta economica internazionale crede si svolga su questo fronte.

Nel 2004, ne «il manifesto – Le Monde diplomatique» Stiegler afferma:

Il capitalismo iperindustriale ha sviluppato le sue tecniche al punto che, ogni giorno, milioni di persone si connettono simultaneamente agli stessi programmi di televisione, radio o giochi elettronici. Il consumo culturale, metodicamente massificato, non è privo di conseguenze sul desiderio e le coscienze. L'illusione del trionfo dell'individuo sfuma, mentre si precisano le minacce contro le capacità intellettuali, affettive ed estetiche dell'umanità³⁷.

Nella sua analisi della società ipermoderna, l'industria culturale gioca un ruolo sempre più dominante. Stiegler è convinto che i prodotti e le merci organizzati dalle industrie culturali e dalle industrie dei programmi costruiscano una nuova forma di capitalismo culturale e dei servizi, che sembra in grado di pianificare veri e propri modelli di vita, condizionando gli interessi immediati dell'individuo. Nelle società di modulazione odierne, le armi estetiche sono divenute essenziali. Riprendendo la definizione di 'capitalismo culturale' di Jeremy Rifkin, il filosofo riflette su quanto sia diventato fondamentale controllare le tecnologie dell'*aisthesis* come, per esempio, l'audiovisivo e il digitale e, attraverso tale controllo, dominare «i tempi di coscienza e di inconscio dei corpi e delle anime che li abitano, modulando, con il controllo dei flussi, questi tempi di vita»³⁸. Anche partendo da questi principi si è sviluppato nella seconda metà del Novecento il concetto di *life time value* che, introdotto dal marketing, esprime il tempo della vita dell'individuo in termini di valore economicamente calcolabile, ossia, scrive Stiegler, come de-singularizzazione e de-individualizzazione del suo valore intrinseco.

Come già detto, alla base dei principi dell'economia post-fordista vi è l'esigenza di agire direttamente sull'individuo, inteso come consumatore e quindi segmento di domanda.

³⁷ *Soffocando il desiderio, le industrie culturali liquidano l'individuo*, Bernard Stiegler, il manifesto – *Le Monde diplomatique*, 2004.

³⁸ *La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, pp. 29, Meltemi Editore, 2021.

Secondo Stiegler appare piuttosto chiaro quanto oggi il consumatore subisca la standardizzazione dei comportamenti, attraverso la fabbricazione artificiale dei suoi desideri, per cui viene privato del suo saper vivere. Egli crede che le industrie culturali costituiscano tutt'oggi un sistema unico con le industrie tout-court. L'obiettivo a cui sono disposte è quello di plasmare i comportamenti degli individui-consumatori e massificare il modello di vita, di modo che venga assorbita tutta la produzione di merci, prodotti e servizi dell'attività economica. Ricorda inoltre che in Francia, fin dal XIX secolo, erano già presenti istituti volti a facilitare l'adozione di prodotti industriali destinati a sconvolgere le abitudini di vita, capaci di debellare tutte le forme di resistenza che vi si presentavano, quali ad esempio la *réclame*.

Entrambi ritengono necessario che ogni fenomeno culturale venga analizzato in corredo alla funzione normativa dell'industria, ma Abruzzese è più specifico, affermando la problematicità che questo sia l'unico movente preso in considerazione nella riflessione intorno alla cultura, ignorando il ruolo del pubblico e di conseguenza delle pulsioni collettive. Si discosta fortemente dalla visione di Adorno quando decide di rompere con l'ideologia marxista ortodossa secondo cui il pubblico sarebbe stato passivo ed esclusivamente subordinato alla macchina industriale, una massa inerme, pronta ad ingurgitare tutto ciò che gli viene proposto dall'alto. Crede che il pubblico rappresenti sé stesso nello spettacolo di massa; dunque, lo spettatore paga per la sua alienazione, confermando l'appartenenza al sistema di produzione. È la stessa soggettività delle masse a nutrire il ciclo produttivo, proiettandone all'interno i suoi conflitti, le sue pulsioni e le sue paure, che poi l'industria tramuterà in immaginario collettivo. Riuscì quindi a ribaltare totalmente lo schema secondo cui sia la massa passiva ad abbandonarsi implicitamente alla razionalità dell'industria. In questo modo, Abruzzese riesce anche ad abbandonare il rigido schema che prevede la comunicazione da uno a molti (cinema). In tal senso, troviamo il suo pensiero in netto contrasto con la visione stiegleriana di questo rapporto duale, dato che il filosofo francese è fortemente convinto che, nel XX secolo, si sia fatta largo un'estetica nuova, in grado di «funzionalizzare la dimensione affettiva ed estetica dell'individuo trasformandolo in un consumatore»³⁹. E soprattutto, è convinto che un'immensa parte della popolazione mondiale sia totalmente priva di ogni esperienza estetica, interamente sottomessa a quello che è il condizionamento del marketing,

³⁹ *La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, Meltemi Editore, 2021.

diventato egemonico per la maggior parte degli individui o, meglio, consumatori. Crede che di queste forme di rifunzionalizzazione ce ne siano state molteplici, al tempo stesso, ritiene che la chiave fondamentale di questa lettura sia riconoscere come si è arrivati a tale condizionamento estetico. In caso contrario, la visione di Stiegler è apocalittica, in quanto non si paleserebbe nessuna alternativa se non la rovina della società di consumo e l'emersione di un disgusto generalizzato.

Tra i due autori, i contrasti non si placano neanche nella rilettura delle avanguardie artistiche. In particolare, allontanandosi principalmente da Adorno, la tesi di Abruzzese è che le avanguardie non abbiano funzionato come forma di resistenza al processo appropriativo che l'industria stava operando nei confronti dell'espressione artistica, bensì come un indispensabile laboratorio per una nuova tipologia di industria, basata sul pubblico e sulla costruzione ideologica che lo legittima come tale. Differente e più vicino, anche se diverso, alla riflessione adorniana è il pensiero che Stiegler costruisce intorno alle avanguardie. Prendendo come punto di rottura con la tradizione l'avvento pittorico di Manet, racconta una stagione, quella delle avanguardie novecentesche, generatrice di conflitti estetici. Gli stessi conflitti che, producendosi all'interno e lungo una grande trasformazione industriale della società, intessono un processo di costruzione della *simpatia* che, secondo la sua visione, connota l'estetica umana, una sorta di creatività che trasforma il mondo per realizzare una nuova sensibilità comune, costruendo il noi interrogativo di una comunità estetica a venire⁴⁰. È questo il processo virtuoso che l'arte può e deve innescare secondo Stiegler: generare l'esperienza estetica. Parallelamente, questo flusso virtuoso innescato dalle avanguardie, crede sia implosivo su sé stesso. Non vi è più alcuna ambizione estetica, al contrario, appaiono sempre più frequenti elementi che fungono da avvisaglie di quella che si prefigura essere una guerra estetica.

Il nesso tra politica e arte che riconosce Abruzzese non sta nelle tendenze culturali riconosciute da Trockij o Gramsci, alle quali si oppone la classe operaia nel ruolo che essa ricopre all'interno della società capitalista. Difatti, l'eventuale crescita della sua forza non dipende dallo spazio ideologico che la politica democratica e progressista le fornisce all'interno del sistema, quanto dalla crescita stessa del capitale. Sul primo numero del 1968 di «Contropiano», Abruzzese giunge ad affermare che all'interno della fabbrica si

⁴⁰ *La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, pp.23, Meltemi Editore, 2021.

compia la contraddizione ultima della produzione capitalista: «la classe operaia non trova le sue armi nella cultura», che può trovare solamente in sé stessa e nel ruolo che ricopre nei confronti del capitale. La cultura può essere riassunta esclusivamente in uno strumento di mediazione tra gli operai e il capitale.

Qua si giunge ad un punto estremamente importante della secolare dicotomia cultura-capitale. Il sociologo italiano è convinto che la politica culturale non possa ontologicamente contestare il sistema del capitale – pur dichiarando ciò ad ogni fase del suo sviluppo – bensì che lo possa commentare soltanto, rendendolo dialettico e tendendo a democratizzarne le forme più autoritarie, offrendone semplicemente una forma più funzionale. E si spinge oltre, elargendo la sua concezione all'arte in senso lato. Egli crede che qualunque manifestazione artistica abbia per committente l'ideologia rivoluzionaria possa risultare ironica dopo averne analizzato l'operato dall'esterno, una volta dissociatisi dal loro carattere di esperienze completamente vissute. Quanto più le forme estetiche tentano di connettere ideologia ed esperienza umana in un contesto organico e dimostrano di voler condurre ad un'unica conclusione possibile l'azione politica, tanto più l'antinomia tra rivoluzione ed arte si mostra irriducibile⁴¹. La pungente scrittura abruzzese di «Contropiano» si ritrova nell'analisi del funzionamento del rapporto tra arte e politica – che in tal senso trova la sua massima espressione nel cinema - i quali si compenetrano ad ogni livello strutturale e in ogni prospettiva ideologica, fino all'annullamento dell'una nell'altro. Riconosce nel rifiuto di farsi pubblico, ovvero di subire o avvalorare il linguaggio ideologico delle masse, l'unica linea di superamento oggettivamente politico nel mercato capitalistico delle immagini estetiche. Con *farsi pubblico*, Abruzzese intende il processo di accettazione di una politica culturale, non circoscritta solamente nella partecipazione diretta al ciclo della produzione. Un processo che riconosce derivare dalla rigida strutturazione classista. E conclude, affermando che la rivoluzione operaia non può passare per il punto di vista comune di un pubblico, perché la rivoluzione non necessita della massa degli spettatori, anzi, nella sua promiscuità tende solamente a rappresentare, in una visione classista, la forza del movimento operaio nelle sue attuali organizzazioni politiche e questo porta, ad esempio, il PCI a rivolgersi più allo spettatore che agli operai delle fabbriche.

⁴¹ Cinema e politica, Alberto Abruzzese, in Contropiano, N 1, 1968.

1.2.1.1. Guerra estetica

All'interno della «Miseria Simbolica. L'epoca iperindustriale» compare un'interessante riflessione che Stiegler esibisce riguardo al conflitto estetico imperante tra le differenti classi sociali.

Abbiamo già parlato di come Stiegler riconosca nella pittura di Manet la rottura con la tradizione e l'emersione di un conflitto estetico che si ripercuote fino ai nostri giorni. Di come questi conflitti, producendosi e riproducendosi sul fondo di una colossale trasformazione industriale della società, costituiscano la cosiddetta *simpatia*, ovvero il principio cardine dell'estetica umana. Quella forma di sensibilità che trasforma il mondo per costruire una nuova sensibilità comune, una sensibilità collettiva, un'estetica a venire. Questo processo è quello che, secondo il filosofo, va a costituire l'esperienza estetica, come un generatore di curiosità, di attesa «per scoprire l'alterità del sentire, il suo divenire portatore di avvenire»⁴², al pari delle scoperte scientifiche. Ora, il problema che riscontra Stiegler e che lo porta ad avvilitarsi sta nel fatto che tale ambizione, tale desiderio dell'avvenire è, nella società odierna, totalmente collassato. Questo perché la popolazione è priva di ogni esperienza estetica, interamente sottomessa al condizionamento estetico implementato dal marketing, che ricopre la funzione estetica egemonica per la maggioranza della popolazione.

Per entrare nel merito della questione, Stiegler si serve dell'elezioni francesi dell'aprile del 2002, quando una grandissima parte dell'elettorato decise di votare per il *Front Nationale* di Jean-Marie Le Pen. Egli riflette su quanto si sia sentito distante dalle persone che avevano deciso di votare il candidato francese, convincendosi del fatto che con quelle persone non avesse nessuna esperienza estetica in comune. Riconosce nel grande consenso ottenuto da Le Pen, le avvisaglie dello scollamento di una parte della popolazione dalla propria società di appartenenza, come se in essa non vi si riconoscessero più. Questo scollamento sociale e prima di tutto estetico, gli individui infatti si sono 'dis-tratti' esteticamente, si ritrovano in una grande miseria del simbolico, detestano il divenire della società moderna e, prima di tutto, la sua estetica, quando essa non è industriale.

⁴²*La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, pp. 29, Meltemi Editore, 2021.

Questo processo, che lui definisce 'miseria del simbolico' - con cui individua la perdita di individuazione, ovvero la perdita di partecipazione alla produzione dei simboli, intesi come frutti della vita intellettuale (concetti, idee, saperi) e della vita sensibile (arti, costumi, saper-fare) - non colpisce semplicemente le classi sociali più povere, bensì si dipana trasversalmente nell'intera società⁴³. Essi rappresentano il cuore della società dei consumatori, rappresentano la 'civiltà', ma talmente è ampio lo scollamento con quel simbolico a cui tanto tiene Stiegler, che la loro anima è divenuta ghetto, umiliato e offeso da questo divenire. È il dispositivo estetico di socializzazione che permette agli individui di vivere insieme, di sentire insieme, di condividere una sensibilità, quindi di configurare un noi, una collettività. Il sentimento comune può costituirsi soltanto tramite il dispositivo estetico, divenuto talmente fragile che si avvicina inesorabilmente al suo annientamento.

Queste sono le devastazioni provocate dalla *guerra estetica*, divenuta il regno egemonico del mercato. La grande maggioranza della società vive in zone esteticamente disastrose, dove vivere e amarsi è diventato impossibile perché si è esteticamente alienati. Questa alienazione, conseguenza dell'annientamento dei dispositivi estetici e quindi del simbolico, viene fatta ricondurre da Stiegler nel momento in cui l'estetica è divenuta oggetto di sfruttamento industriale sistematico che, avendo come unico obiettivo lo sviluppo dei mercati di consumo, ha «finito per trasformare il corpo che sente, il corpo sensibile, il corpo desiderante, in un corpo consumatore»⁴⁴.

Al tempo stesso, non tutti gli individui sono esposti a tale miseria, tanto che chiude la riflessione con un appello a quelli che, come lui, riescono a fuggire dall'annientamento estetico. Ad una prima lettura, questa riflessione di Stiegler può sembrare nascondere un principio classista, riconoscendo tra i fuggitivi solamente personalità artistiche e intellettuali, ed effettivamente potrebbe non discostarsi tanto dalla realtà, ma la sua cruda analisi, a cui si deve riconoscere grande lucidità, apre uno spazio di riflessione intorno ad una realtà sociale in netto disgregamento, dove la stessa condizione dell'intellettuale ha perso progressivamente di valore. Proprio sul mutamento del ruolo dell'intellettuale e sulle trasformazioni nelle relazioni che tale figura instaura con la moltitudine e con le sue esigenze, Abruzzese offre delle interessanti considerazioni. Egli scrive che «la dicotomia

⁴³ *La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, pp. 44, Meltemi Editore, 2021.

⁴⁴ *La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, pp. 45, Meltemi Editore, 2021.

tra intellettuali e massa consisteva nella differenza di potere e di ruolo tra due diverse dimensioni, qualitative e quantitative, del pensiero sociale e quindi anche di due modalità di auto-rappresentazione identitaria»⁴⁵. Il problema, secondo la visione abruzzese, ristagnava nell'attribuzione ad esclusività intellettuale della capacità di critica sociale, e questo, escludeva gli stessi dalla società. Una visione di questo tipo rigettava proprio i principi fondativi della società stessa. L'intellettuale, al più, poteva essere concepito come un narratore, un testimone; quindi, in esso si poteva riconoscere una funzione di osservante e di spia dello stesso sistema di valori, concreti e non astratti, che lo ospitava. Il rischio in cui incorre tutt'ora è che le critiche che muove nei confronti dell'assetto sociale, derivanti dalla negazione della stessa società a cui appartiene, in conseguenza ad un clima che sente ostile, lo portino a perdere contatto con lo stesso ambiente in cui ha senso esprimerle. Come se diventasse «un esule della società reale»⁴⁶. Una riflessione che opera sicuramente nello stesso terreno di analisi stiegleriano. Sarebbe interessante scoprire allora cosa Abruzzese avrebbe pensato della frase stiegleriana «E noi, reputati colti, sapienti, artisti, filosofi, lucidi e informati, dovremmo renderci conto che la maggior parte della società vive in questa miseria del simbolico fatta di umiliazione e di offesa»⁴⁷. Una vicinanza sicuramente più evidente tra i due autori si trova invece nella percezione dell'altra faccia della società: la massa. Tanto che, nel descrivere il ruolo della massa in relazione agli intellettuali, Abruzzese scrive:

All'opposto, ma con uno stesso esito, l'attribuzione alla cultura di massa, forma emergente di lavoro intellettuale collettivo, di una qualità illusoria – integrata al sistema dominante, subordinata se non persino funzionale al suo potere – mortifica ed esclude le dinamiche emotive, simulacrali, quindi proiettive e immaginali, che sono alla base dei processi di socializzazione e dentro l'anima stessa dei prodotti, dei mercati e del consumo. Alla base e dentro la vita attiva delle masse in quanto concretizzazione psicofisica della collettività in una sfera pubblica presente e visibile sul territorio.⁴⁸

⁴⁵ *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto Abruzzese, H-ermes, J. Comm. 1, n. 1, 133-154, 2013.

⁴⁶ *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto Abruzzese, H-ermes, J. Comm. 1, n. 1, 133-154, 2013.

⁴⁷ *La miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, 2004, trad. ita Rosella Corda, pp. 31, Meltemi Editore, 2021.

⁴⁸ *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto Abruzzese, *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto Abruzzese, H-ermes, J. Comm. 1, n. 1, 133-154, 2013.

Una condizione che ha modificato notevolmente il ruolo pseudo sacerdotale di cui gli intellettuali erano riusciti a fregiarsi, tanto che il loro ruolo gli ha costretti ad integrarsi e subordinarsi sempre più alle necessità delle industrie culturali. Si è avviato quindi un processo che ha reso sempre più labile la dicotomia intellettuale-massa: se da un lato l'intellettuale è entrato sempre più nelle dinamiche sociali, di mondanizzazione, perdendo la propria specifica aura di distinzione; dall'altro lato, si sono estese sempre di più le forme di lavoro intellettuale che, proletarizzandosi e professionalizzandosi, hanno democratizzato quelle mansioni artistiche e creative un tempo ad uso esclusivo dell'élite intellettuale. Perciò, la trasformazione appare cruciale. La percezione di un ceto medio che paradossalmente è convinto di non essere tale e di non doverlo diventare, alla spasmodica ricerca di segni di distinzione che ritrovano, fortuna loro, nella richiesta esponenziale di massa intellettuale necessaria a realizzare la qualità informazionale delle società post-industriali. Ciò ha ovviamente portato ad una progressiva marginalizzazione delle qualità singole e soggettive dell'intellettuale tradizionale, per cui rimane ancora da capire il ruolo che oggi ricopre all'interno della società.

1.2.2. Tecnologia e media

Il ruolo della tecnica e i conseguenti effetti che essa ha apportato nel campo dei media, ha da sempre rappresentato il principio fondante dell'analisi critica della società industriale. Come vedremo in questo capitolo, Stiegler ha incentrato la maggior parte dei suoi studi sul potere della tecnologia in ambito sociale, economico e culturale, e tutte le sue riflessioni sulla questione del *simbolico* sorgono proprio in virtù della strumentalizzazione della tecnica nel processo di appropriazione capitalista e la conseguente alienazione del desiderio tramite la manipolazione di quello che definisce *l'oggetto temporale*. Dal canto suo, anche Abruzzese studia in profondità la questione tecnologica, giungendo a riconoscere nei suoi mutamenti il principio fondante del processo di costituzione della *ideologia del pubblico*. Infatti, se Stiegler individua nel mutamento del paradigma tecnologico e più in particolare nel ruolo dell'apparato mnemotecnologico – costituito dagli oggetti temporali - il terreno ove si consuma la guerra estetica, Abruzzese si concentra maggiormente su come la trasformazione mediale dovuta al progresso tecnologico abbia influito sulla ridefinizione del ruolo della massa trasformata in pubblico. Perciò, il filosofo francese questiona la perdita d'individuazione – concetto che prende dalla lettura di Simondon – che porta inevitabilmente alla perdita del narcisismo primario di ogni individuo, con il conseguente annullamento del terreno comune ove il simbolico, quindi la sensibilità, viene condivisa e permette di produrre la collettività. Abruzzese invece si chiede quando e come, lo spettacolo, coadiuvato dalle trasformazioni tecnologiche, abbia trasformato la moltitudo per convertirla in pubblico, cioè in massa asservita alla merce, omogenizzata al *gusto* dettato dalle industrie culturali. Quindi, ambedue i filosofi riconoscono che l'industria, in tutte le forme assunte nel corso dei decenni, manipolando la questione estetica, riesca a rifunzionalizzare la sensibilità dell'individuo, portandolo ad adottare comportamenti di consumo. Difatti, il pubblico inteso da Abruzzese è una moltitudo di consumatori della merce-feticcio.

Prima di entrare nel merito dei due studi, può risultare interessante offrire alcune nozioni riguardo il rapporto tecnica-cultura-individuo di autori da cui entrambi attingono. Infatti, le riflessioni teoriche che indagano il rapporto tra opera d'arte e tecnologia hanno radici piuttosto antiche. Già Heidegger analizzò profondamente il paradigma filosofico che definisce l'opera d'arte nell'era della tecnica, da cui Benjamin partirà per la sua trattazione della decadenza dell'*aura* dell'opera d'arte. Heidegger non era tanto interessato a

risolvere la questione nello spazio interiore dell'esperienza – nel quale lavorerà la psicoanalisi e le più recenti ricerche neuroscientifiche – oppure nell'ingenua, a detta sua, produzione di creatività soggettiva. L'origine della sua trattazione trova il punto di partenza, come per molte altre trattazioni che la susseguirono, nella *morte dell'arte* di Hegel. Egli crede che l'arte sia la messa in opera della verità, ovvero che nell'opera d'arte la verità appare fissandosi come *gestalt*. Al tempo stesso la forma ha sempre bisogno di una sua struttura, ovvero di quella che il filosofo definisce *intelaiatura*, cioè un processo di costruzione che definisce ogni opera d'arte¹⁰.

Nel saggio già incontrato «Dialettica dell'Illuminismo», Adorno e Horkheimer sostengono, prendendo le distanze sia da Benjamin che da Heidegger, che sia da additare proprio alla tecnica l'imperante egemonia delle modello di standardizzazione sistematica. Quella che un tempo era riconosciuta come *techne*, secondo i due francofortesi, sarebbe proprio uno degli strumenti utilizzati per rafforzare il dominio borghese e capitalistico e conseguentemente una società industriale di massa. Essi però non sono interessati ad analizzare la tecnica in senso ontologico, ovvero non intendono studiarne i processi da essa derivanti. Al contrario, focalizzano il loro interesse sulla funzione che la *techne* assolve all'interno del sistema economico del tempo. Perciò, la loro riflessione verte sul capire come la tecnologia venga implementata e sfruttata nel processo di dominio delle masse, e non nel comprendere se essa stessa sia dominio.

I processi di standardizzazione, o uniformazione alla prassi, emergono proprio grazie alla tecnica, che in sostanza svolge una funzione di mediazione all'interno del sistema capitalistico, in cui è l'offerta a determinare la domanda e non viceversa¹². Quindi, in questo caso, la tecnica non rappresenta solamente uno dispositivo volto a conseguire determinati effetti, ma una vera forma di schematismo, atto a collegare l'indispensabilità di quegli effetti alle cause che li richiedono. Secondo loro, è chiaro quanto la tecnica non risponda direttamente all'esigenze delle masse, anche se è quello che l'industria vorrebbe far credere, quanto alla struttura economica, più precisamente quella capitalistica. In «Dialettica dell'Illuminismo» si legge che in un ambiente dove la tecnica conquista tanto potere sulla società si esprime il potere degli economicamente più forti sulla società stessa, «la razionalità tecnica, oggi, è la razionalità del dominio stesso. È il carattere coatto

della società estraniata a sé stessa»⁴⁹. Ma tutto questo non è imputabile allo sviluppo della tecnica in sé, quanto alla funzione che ricopre nell'economia.

⁴⁹ *Dialettica dell'illuminismo*, Adorno e Horkheimer, 1944, trd. It. Renato Solmi, pp. 132, Einaudi, Torino, 2010.

1.2.2.1. Techne del simbolico

Per capire il profondo rapporto che lega la filosofia della tecnica e a quella del corpo, Stiegler utilizza il concetto di *organologia*. Il concetto di organologia offre al filosofo gli strumenti necessari per analizzare la relazione tra tecnologia, corpo e tempo. Su tale concetto, insieme a Richard Donin, Stiegler pubblica un testo intitolato «Le tournant machinique de la sensibilité musicale» per il numero 18 dei «Cahiers de médiologie», nel quale, i due autori analizzano il concetto di organologia in relazione ai problemi delle pratiche musicali del tempo, essendo questa, il ramo della musicologia che classifica e descrive gli strumenti musicali. Con grande lucidità però, Manola Antonioli, spiega che l'organologia musicale sia diventata uno strumento di analisi talmente efficace da poter fungere da archetipo di un'organologia generale, «definita come la disciplina che studia le complesse relazioni tra organi del corpo, organi artificiali e organizzazioni sociali, relazioni che sono in via di radicale trasformazione in seguito alla rapidissima evoluzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed alle sue conseguenze mass-mediatiche, industriali e commerciali»⁵⁰. Lo stesso Stiegler, nel raccontare l'utilizzo del termine organologia, afferma:

l'oggetto/soggetto dell'organologia generale è il vivente desiderante compreso nell'insieme delle relazioni traduttive che legano organi artificiali e viventi alle organizzazioni sociali dove si sviluppano e si trasformano. [...] Queste trasformazioni, di cui la storia dell'arte è il paesaggio sublime, costituiscono dei processi di individuazione psichica e collettiva a tre corsie, l'individuo psichico, l'individuo sociale ed il sistema tecnico come individuo artificiale, composto esso stesso da un insieme di individui artificiali, e formano in fin dei conti gli oggetti del mondo in generale nel loro insieme dove le tecniche più antiche fanno sistema con i frutti dell'innovazione permanente da dove sorgono oramai a getto continuo le tecnologie meno socializzate.⁵¹

Perciò alla base di tutta questa teoria organologica troviamo la tecnica e i suoi oggetti, anche quando non prodotti artificialmente, in quanto talmente interiorizzati e naturalizzati da non sembrare frutto della techne. E questo rappresenta l'esito di un

⁵⁰ *La svolta tecnologica della sensibilità*, Manola Antonioli, in *Eterotopia, La catastrofe dell'immaginario: Ecosofia, Estetica, politica*, in Millepiani, n. 30, pp. 70, 2006.

⁵¹ *La rimozione di Freud*, Bernard Stiegler, in *Eterotopia, La catastrofe dell'immaginario: Ecosofia, Estetica, politica*, in Millepiani, n. 30, pp. 9, 2006.

continuo processo di defunzionalizzazione e rifunzionalizzazione organica e organologica.

Tutta questa riflessione prende corpo dallo studio approfondito che Stiegler fa delle analisi di Gilbert Simondon intorno al concetto di *perdita d'individuazione*. È proprio la perdita di individuazione dell'*io*, che ripercuotendosi sul *noi*, e viceversa, attiva la perdita di soggettivazione e il conseguente processo di annientamento del narcisismo primario, che poi condurrà alla guerra estetica, quindi all'alienazione dell'individuo e al collassamento della struttura sociale. Per questo motivo, nella nostra trattazione, risulta importante capire anzitutto cosa intendesse Simondon con individuazione. Quest'ultimo riconosce nel processo di individuazione un costituente ontologico fondamentale della realtà, il quale si può presentare a differenti livelli (fisico, vivente, psichico), palesando caratteristiche e implicazioni differenti. Il filosofo concepisce l'essere come sistema dinamico, al tempo stesso capace di strutturarsi in forme definite, seppur solo temporaneamente, per questo motivo, preferisce parlare di individuazioni anziché di individui, di processi invece che di strutture definite. L'essere avrebbe quindi la capacità di sfasarsi rispetto a sé stesso, in un movimento di continua processualità che mai si esaurisce, ma stabilizzandosi temporaneamente, riesce a dare origine a strutture diverse. L'individuazione, secondo Simondon, rappresenta proprio questo processo di sfasamento, il movimento di sfasatura dell'essere. Ed essendo un processo al contempo psichico (dell'*io*) e collettivo (del *noi*), in cui *io* e *noi* sono le due facce della stessa medaglia, lo scarto tra i due, la loro sfasatura, è la dinamica che costituisce il processo stesso. L'individuazione rischia di divenire un concetto astratto, ma Simondon rassicura, affermando che già solamente 'dire individuazione', quindi conoscerla in quanto un *io* che si indirizza ad un *noi*, esibisce la capacità di individuarla, farla-divenire. Se l'individuazione si riconosce dicendola, la individuo, perciò la singularizzo, e conseguentemente singularizzo me stesso in automatico. Dicendola, la faccio. È come se facessi parte dell'oggetto che descrivo. Partecipandovi, l'individuazione non diventa sola la mia, ma essa è da subito anche quella di un gruppo a cui mi rivolgo e appartengo, proprio in virtù di questa tensione verso di esso, ovvero nel fatto che, attraverso questo rivolgermi, io partecipo alla sua individuazione. Possiamo dire che Stiegler, nel suo utilizzo del concetto simondiano, cerca di offrirne un'accezione politica, mentre l'originale rimaneva troppo rinchiusa in una dinamica cognitiva. Detto altrimenti, ritrova che il processo di iperindustrializzazione faccia apparire una nuova immagine dell'individuo,

tale che venga a trovarsi de-figurato, nella misura in cui la generalizzazione iperindustriale del calcolo ostacola il processo di individuazione che, solo, rende l'individuo possibile. Questa tesi stiegleriana risente in modo evidente anche della teoria dei 'dividuels' di Guattari, con il quale definisce che, laddove le cifre marcano l'accesso al mondo dell'informazione, i soggetti cessano di essere individuali per divenire *dividuali*, ovvero frazioni infinitamente piegabili che si dividono o riuniscono cambiando natura, assimilabili più a numeri e matricole più che a soggetti veri e propri.

Secondo Stiegler alcuni comportamenti umani che oggi riteniamo naturali ed organici siano da ricondurre all'aspetto organologico dell'estetica. La mano umana, non produce solo artefatti e cose, bensì può produrre anche opere d'arte. Infatti, la storia organologica dell'estetica consiste in «una successione di esteriorizzazioni funzionali e di defunzionalizzazioni correlative ove si producono anche delle riassegnazioni funzionali che toccano gli organi di senso»⁵². Ed è alla base di tutto questo processo che la *techne* si fa *ars*. Arte per una condivisione del sensibile. Ma è nel processo evolutivo della tecnica dell'uomo in rapporto alla sua evoluzione organica che Stiegler riconosce la sfasatura di cui parlava Simondon. Per esprimere il concetto, il filosofo della tecnologia usufruisce del mito de «La mancanza di Epimeteo». Infatti, riprendendo il termine platonico di *phàrmakon* nell'utilizzo che ne fa Derrida, la riflessione stiegleriana ci suggerisce che l'uomo non utilizza semplicemente i propri strumenti tecnici, poi digitali, piuttosto questi entrerebbero nel suo vissuto, modificandolo farmacologicamente, come i medicinali⁵³. Infatti, sostiene che, per guadagnare i mercati di massa, l'industria sviluppa un'estetica che fa appello proprio ai dispositivi audiovisivi che, rifunzionalizzando la dimensione estetica dell'individuo secondo gli interessi dello sviluppo industriale, portano quest'ultimo ad assumere e adottare comportamenti di consumo. Quindi, la sfasatura tra evoluzione organica e tecnica crea una defunzionalizzazione degli organi fisiologici dell'uomo, dovuta alle trasformazioni causate dagli organi artificiali, ovvero delle protesi e delle tecniche. Se però questa defunzionalizzazione estetica è dovuta ai cambiamenti culturali, essa non toccherà solamente gli organi artificiali e naturali ma anche le organizzazioni e le pratiche sociali. Ed è in questo passaggio che l'economia libidinale viene resa artefatto, ossia defunzionalizzata e rifunzionalizzata al fine dell'elevazione e del

⁵² ⁵² *La rimozione di Freud*, Bernard Stiegler, in *Eterotopie, La catastrofe dell'immaginario: Ecosofia, Estetica, politica*, in Millepiani, n. 30, pp. 9, 2006.

⁵³ *La colpa di Epimeteo. La tecnica e il tempo (Vol. 1)*, Bernard Stiegler, Luiss University Press, 2023.

miglioramento dell'uomo, attraverso la creazione tecnica ed estetica. Da questo punto nasce, secondo Stiegler, il principio di sublimazione, inteso come piacere e come superamento dello stesso piacere. Ciò significa che il consumatore, la cui libido viene captata, trova sempre meno piacere a consumare: è confuso, pietrificato dalla coazione a ripetere. In seno a ciò, il divenire estetico può essere inteso come un processo di articolazione, legato al processo di esteriorizzazione, concepito come realtà del processo di individuazione psicosociale di programmi fisiologici, tecnici e sociotecnici. Tutto ciò dirotta la realtà sociale verso quello che Stiegler definisce la *miseria del simbolico*, al contempo miseria libidinale e affettiva, che conduce alla perdita del *narcisismo primario*, termine che il filosofo francese prende in prestito da Benjamin, con il quale definisce una situazione nella quale gli individui sono privati della loro capacità di attaccamento estetico a delle singolarità, quindi a degli oggetti singolari. E venendo meno questo attaccamento, o per meglio dire, questa sensibilità, che viene ad annullarsi in automatico anche il narcisismo collettivo, che invece andrebbe a determinare il sensibile comune, quella partecipazione simbolica, congestione simbolica e affettiva, che costituisce la collettività sociale. Infatti, le tecniche audiovisive del marketing tendono a omogenizzare il vissuto - perciò la memoria che Stiegler definisce tramite sovrapposizione di ritenzioni - che quindi tende a divenire uguale a quello degli individui più prossimi. Inoltre, Stiegler è convinto che la diversificazione dei canali non rappresenti una forza emancipatoria rispetto a questo circolo vizioso, tanto che, egli scrive che:

E la diversificazione dei canali è anch'essa una particolarizzazione dei target, ragione per cui essi tendono tutti a proporre la stessa cosa. Essendo il mio passato sempre meno diverso da quello degli altri, perché il mio passato si costituisce sempre più nelle immagini e nei suoni che i media riversano nella mia coscienza, ma anche negli oggetti e nei rapporti agli oggetti che queste immagini mi conducono a consumare, esso perde la sua singolarità, vale a dire che *io mi perdo* come singolarità. Dal momento in cui io non ho più singolarità, io non posso più amarmi: non ci si può amare che a partire dalla consapevolezza intima di avere la propria singolarità, ed è per questo che "la comunità consiste originariamente nell'intimità del legame di sé a sé". Quanto all'arte, essa è l'*esperienza* e il *sostegno* di questa singolarità sensibile come invito all'attività simbolica, alla produzione e all'incontro di tracce nel tempo collettivo.

Ecco perché la questione estetica, la questione politica e la questione industriale non sono che la stessa questione.⁵⁴

Un'ulteriore riflessione interessante che emerge dalla lettura di Simondon - che ci sarà utile per capire il collegamento che Stiegler istituisce tra i dispositivi ritenzionali e i processi di individuazione - ruota attorno al rovesciamento del rapporto uomo-macchina avvenuto con la Rivoluzione Industriale: se infatti, prima delle macchine, l'uomo era il possessore degli strumenti tecnici, rendendosi di conseguenza un individuo tecnico; l'epoca moderno-industriale vede essere le macchine portatrici di strumenti, mentre l'uomo non essendo più l'individuo tecnico, ne diventa lo schiavo o l'assemblatore, che riconosce rispettivamente nell'operaio e nell'ingegnere⁵⁵. Questo mutamento di paradigma porta, secondo Simondon, ad una perdita di individuazione anche dal punto di vista lavorativo: l'operaio, non essendo più individuo tecnico poiché la macchina ne avrebbe formalizzato i gesti, diventa proletario. E successivamente, con lo sviluppo della rete si è raggiunto un nuovo stadio dell'individuazione tecnica. Più precisamente l'individuo tecnico non è più solamente la macchina, ma il sistema tecnico inteso come rete.

Ma per capire l'importanza che l'espansione della tecnologia ha avuto nel processo di implementazione del Capitalismo estetico, si deve rimandare all'analisi che Stiegler fa degli *oggetti temporali*. Egli crede che lo sviluppo degli oggetti temporali industriali siano l'elemento determinante del secolo, in quanto le industrie di programmi, producendo in massa oggetti temporali porta alla costruzione di nuove forme collettive di coscienza. La caratteristica principale degli oggetti temporali è infatti la capacità di essere ascoltati e guardati simultaneamente da migliaia, milioni di individui, portatori di coscienze individuali, le quali vengono sincronizzate dalla coincidenza temporale di massa che guida la nuova struttura dell'evento. Più precisamente, Stiegler definisce un oggetto come temporale quando il suo fluire corrisponde al fluire della coscienza del quale è oggetto. Nel nuovo assetto sociale, la coscienza collettiva fluisce alla stregua del fluire dei prodotti delle industrie dei programmi e questo porta, secondo il filosofo, allo sconvolgimento nel processo di *evenementalizzazione*, ovvero di ciò che coniuga lo spazio al tempo, come tempo. Il problema che poi si verifica nell'epoca digitale è l'intensificazione dei processi

⁵⁴ *Amare, amarsi, amarsi*, Bernadr Stiegler, Mimesis, 2014.

⁵⁵ *Del modo di esistenza degli oggetti tecnici*, Gilbert Simondon, Orthotes Editrice, 2021.

di generalizzazione, semplificazione e uniformazione che l'industria apporta agli oggetti temporali, segnando una nuova fase del processo di industrializzazione. Il nuovo ciclo di temporalizzazione industriale delle coscienze, più complesso e potente, si esemplifica nelle tecnologie dell'*hypervideo*. A proposito di questo Stiegler scrive:

la convergenza, fondendo le industrie della logistica (informatica), della trasmissione (telecomunicazioni), del simbolico (audiovisivo), è anche ciò che permette l'integrazione funzionale tecnologica, industriale e capitalistica del sistema mnemotecnico al sistema tecnico di produzione dei beni materiali, facendo passare il mondo industriale allo stadio *iperindustriale*, asservendo nello stesso tempo il mondo della cultura, del sapere e dello spirito nella sua totalità, la creazione artistica, la ricerca e l'insegnamento superiore, agli imperativi dello sviluppo dei mercati⁵⁶.

Proprio questa struttura degli oggetti temporali permette alle industrie culturali contemporanee di far adottare, in egual maniera, il tempo di consumo di oggetti trasversalmente differenti come la soda, le automobili o il dentifricio. Stiegler sostiene che è così che, quasi esclusivamente, l'industria culturale di oggi si finanzia. E questa industria mondiale delle immagini pone i problemi di ecologia industriale della coscienza e dello spirito che finiscono per produrre delle situazioni molto critiche, molto gravi, conducendo, in ultima istanza, alla rovina del narcisismo primario presupposto da ogni *philia*. Le capacità mentali, intellettuali, affettive ed estetiche dell'umanità sono fortemente minacciate. La lotta per il potere si gioca quindi sulle coscienze. I nuovi mercati sono abitati dalle coscienze ed esse sono libere, diacroniche, sfasate tra loro. L'obiettivo è quello di asservirle e per farlo, è necessario operare una sincronizzazione. L'accesso illimitato e sistematico alle coscienze è diventata la condizione esistenziale per l'accesso ai mercati.

Gli oggetti temporali sono gli stessi che vanno a costituire quelle che Stiegler definisce *ritenzioni*, le quali, a loro volta, rappresentano gli agenti mnemotecnici che permettono l'instaurarsi della trama del simbolico. Più precisamente un oggetto temporale è un aggregato di ritenzioni primarie, a loro volta unite dalla coscienza che guarda o ascolta l'oggetto temporale sotto diversi rapporti, in cui si formano delle protensioni che, secondo Stiegler, sono assimilabili a delle attese. In uno stesso film, non tutti vedono la stessa cosa, per questo motivo la ritenzione primaria è una selezione primaria di input. L'oggetto è lo

⁵⁶ *La colpa di Epimeteo. La tecnica e il tempo (VOL 1)*, Bernard Stiegler, pp 19, Luiss University Press, 2023.

stesso, ma i fenomeni a cui esso dà luogo sono differenti. Non è cambiato il film, è cambiata l'attesa dell'individuo che lo sta guardando, perché la sua memoria è cambiata. La memoria è costituita dalle cosiddette ritenzioni secondarie che, afferma il filosofo, filtrando le ritenzioni primarie, costituiscono l'orizzonte d'attesa della coscienza dell'*io*, quindi i criteri di selezione di quest'ultime. Dato che le nostre memorie sono diverse, costruite attraverso ritenzioni secondarie singolari, appartenenti esclusivamente ad ogni *io*, ogni individuo vede cose diverse in uno stesso film. Però, dato che queste memorie sono incarnate, le ritenzioni secondarie formano, con e nei nostri corpi, l'energia pulsionale che tende i desideri. Al di là delle prime due ritenzioni, ci sono le ritenzioni terziarie, che Stiegler chiama 'strati epifilogenetici', cioè concrezioni di saperi e di poteri negli oggetti e dispositivi tramandati. Questi, rappresentano gli strumenti tramite cui intervenire sulle proprie coscienze, sollecitando in particolare le ritenzioni secondarie condivise da più spettatori, che formano così non ritenzioni secondarie di un *io*, ma di un *noi*.

Può essere utile adesso capire come le individuazioni siano correlate ai dispositivi ritenzionali. Ne «La miseria del simbolico» Stiegler descrive questa correlazione tramite otto passaggi consequenziali, che descrivono come le individuazioni si ramifica all'interno dei tre dispositivi ritenzionali. Parte dall'assunto simondiano secondo cui l'*io*, come individuo psichico, può essere pensato solamente in quanto appartenente a un *noi*, l'individuo collettivo. È come se l'*io*, nella sua costituzione, adottasse una storia collettiva, da cui eredita e in cui si riconosce come una pluralità di *io*. Questo *io*, ricordiamo essere essenzialmente un processo e non uno stato, e questo processo altro non è che l'individuazione, in questo caso psichica. Una sorta di tendenza a divenire uno. Tendenza che però non si realizza mai, poiché incontra continuamente un contro-tendenza con la quale forma un equilibrio metastabile. Il *noi* è anch'esso un processo, in questo caso di individuazioni collettive, e questo dal momento che l'individuazione di un *io* è sempre iscritta in quella di un *noi*. Ciò che lega l'*io* al *noi*, quindi il legame tra l'individuazione psichica a quella collettiva, nel processo di individuazione è quello che Simondon definisce 'milieu preindividuale', il quale presenta le condizioni positive di affettività, ovvero le fondamenta per un buon funzionamento dei dispositivi ritenzionali stiegleriani. Inoltre, tali dispositivi vengono supportati dall'ambiente tecnico, che rappresenta la condizione d'esistenza per far sì che avvenga l'incontro dell'*io* e del *noi*. In tal senso, spiega Stiegler, l'individuazione dell'*io* e del *noi* è anche l'individuazione di un sistema tecnico e questo, definisce il campo di possibilità ove l'incontro delle altre due individuazioni può avvenire.

Perché è l'oggetto tecnico che permette alle individuazioni psichiche di incontrarsi e costituirsi nell'individuazione collettiva. Ed è inoltre lo stesso sistema tecnico che permette l'esistenza dell'oggetto tecnico, ovvero l'oggetto temporale stiegleriano, il quale può esistere solamente al suo interno perché la sua esistenza è determinata dall'incontro con gli altri oggetti tecnici, che può consumarsi solamente all'interno del campo tecnico. Inoltre, è lo stesso sistema tecnico che permette la costituzione dei dispositivi ritenzionali che, conseguentemente, condizionano i collegamenti tra l'individuazione dell'*io* e l'individuazione del *noi* in uno stesso processo di individuazione psichica, collettiva e tecnica. Ad esempio, il sistema tecnico, individuandosi, individua i sistemi mnemotecnici o mnemotecnologici. In altre parole, la soggettività individuale e collettiva si può dispiegare solamente all'interno di un paradigma tecnologico, il quale, oberato dalle necessità capitalistiche, crea i presupposti per la grammatizzazione dell'assetto sociale, con cui Stiegler riconosce i processi di automazione e asservimento degli individui al capitale.

1.2.2.2. Ideologia del pubblico

Sergio Brancato riconosce nell'analisi che Abruzzese offre circa la tematica del corpo nelle sue relazioni mutevoli con l'affermazione della tecnologia industriale, una lettura determinante per quelle che sono, nelle forme dell'immaginario collettivo, le trasformazioni di sistema riguardanti la vita quotidiana nell'*età delle masse*.

È necessario introdurre l'analisi che segue riconoscendo quanto l'ideologia del pubblico teorizzata dal sociologo italiano sia debitrice della lettura de «La società dello Spettacolo» di Guy Debord, tanto che, come lui stesso afferma:

la conoscenza delle tesi di Débord fu quindi una scoperta e insieme qualcosa di noto, un bel cortocircuito tra il passato e il presente di una medesima aspirazione: la critica del sistema capitalista non più soltanto sul piano direttamente politico ma nei suoi più profondi aspetti estetici e simbolici. Quelle tesi davano l'impressione di essere la ripresa – antiaccademica, più radicale ma anche più ideologica, certamente movimentista e proprio per questo più divulgativa per quanto altrettanto enigmatica – delle tesi di Adorno e Horkheimer sull'industria culturale. E – polarizzando il discorso su una teoria generale dello spettacolo – confortavano l'attenzione di quanti come me avevano provato grandi emozioni nel leggere le analisi di Benjamin (1982) sulle Grandi Esposizioni Universali.⁵⁷

Fu proprio Debord a teorizzare il principio di spettacolarizzazione tanto caro ad Abruzzese. Il filosofo francese, infatti, sosteneva che «Lo spettacolo, compreso nella sua totalità, è allo stesso tempo il risultato e il progetto del modo di produzione esistente. Non è un supplemento del mondo reale, la sua decorazione aggiunta in più. È il cuore dell'irrealismo della società reale»⁵⁸. Egli credeva che lo spettacolo avesse investito qualsiasi ambito della vita al punto di fagocitare ogni forma critica e farla propria, trasformando l'individuo in spettatore, non tanto della realtà quanto della rappresentazione. E tutto ciò porta ad uno scivolamento in una irrealtà che appare fittiziamente reale che ha come conseguenza l'atrofia degli organi mentali, che Debord riconoscerà nella demenza. E' in questo passaggio che inizia a prendere corpo la riflessione abruzzesiana riguardo alla costituzione dell'ideologia del pubblico.

⁵⁷ *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto abruzzese, H-ermes Journal of Communication, n. 1, 133-154, 2013.

⁵⁸ *La società dello spettacolo*, Guy Debord, 1974, trd. Ita Massari Editore, 2002, Bolsena.

Il pubblico costituisce un elemento fondamentale dell'ideologia. Quanto più il capitale costringe l'individuo come soggetto e come classe ad essere parte integrante della produzione – ovvero quanto più la logica della fabbrica richiede una partecipazione attiva e totale a livello sociale - tanto più si è resa necessaria l'organizzazione del consenso al sistema capitalista. Lo spettacolo, a questo punto, assume una funzione sempre più precisa, sempre più estesa, sino ad acquistare una dimensione colossale, perfettamente rispondente al bisogno capitalista. In questo senso il dato estetico, il materiale stilistico e formale delle forme di spettacolo, dopo aver fornito un primo terreno di indicazione, perde progressivamente di valore. Dietro le varie 'tecniche spettacolari' si scopre il pubblico come entità prioritaria dal punto di vista storico e teorico, la cui definizione implica il chiarimento definitivo del rapporto tra prodotto estetico e suo acquirente. Il pubblico, acquistando il biglietto di una sala cinematografica paga per lo spettacolo, o come vedremo, paga sé stesso.

La domanda che si pone Abruzzese ruota attorno al momento in cui la massa si è trasformata in pubblico, cioè quando lo spettacolo, sospinto dall'espansione delle tecnologie industriali nella società, abbia totalmente modificato la funzione spettatoriale della moltitudine. Come Simmel, è nelle Grandi Esposizioni Universali che Abruzzese riconosce il cambiamento di paradigma della società moderna tra le innovazioni tecno-mediali e la costruzione dei pubblici, e quindi la trasformazione delle classi sociali in base al progetto uniforme della società di massa. Sono proprio queste manifestazioni che diventano la piattaforma di sperimentazione delle innovazioni tecnologiche, trasformatrici della società dell'epoca e del rapporto tra le classi sociali, polarizzate ma al contempo unite dal grande spettacolo della merce. Secondo Benjamin, «le esposizioni universali sono luoghi di pellegrinaggio al feticcio della merce», esse nascono «dall'intento di divertire le classi operaie e di divenire per loro un momento di emancipazione». Esse fanno un tutt'uno con le feste popolari, trasfigurano il valore di scambio delle merci, creano un ambito in cui il valore d'uso passa in secondo piano: inaugurano una fantasmagoria in cui l'uomo entra per lasciarsi distrarre. L'uomo finirà quindi, per utilizzare le parole di Stiegler, per ritrovarsi in una condizione di 'distrazione estetica'.

Abruzzese però amplia il raggio di analisi, e nella sua disamina intorno al rapporto spettatore-spettacolo, riprende la genealogia del pensiero negativo. Infatti, pur riconoscendo in esso una definizione ancora in astratto dei termini pubblico, popolo e

spettacolo, ancora non corrispondenti né con le istanze illuministe, né tantomeno con le dinamiche di una reale economia di mercato dello spettacolo, riconosce che gli archetipi della civiltà dello spettacolo siano riscontrabili nella tradizione negativa del pensiero europeo ottocentesco, e che in essa, si possano ottenere notevoli spunti riguardo allo sviluppo della formazione del pubblico. È infatti all'interno di tale società che l'ideologia del pubblico trova la ragione per divenire coefficiente di alienazione. Perciò, recupera lo scontro dialettico tra Schopenhauer e Wagner, i quali discordavano totalmente sulla responsabilità dell'arte come funzione emancipatoria del pubblico e del rapporto tra l'artista e la moltitudine. Secondo il filosofo, l'opera d'arte è negata alla massa perché, se si venisse a stabilire anche solo un legame, essa perderebbe la sua obiettività. Il genio, che sia artistico o intellettuale, opera esclusivamente con i propri simili e non con un assieme indiscriminato di individui, e questa esclusività, che Schopenhauer definisce *solitudine*, è necessaria all'adempimento del suo dovere: offrire un'analisi oggettiva delle cose, dell'arresto della storia in una direzione opposta. Quindi il filosofo tedesco, costruendo un divario abissale tra il genio e la massa, definisce due opposte dimensioni esistenziali legate tra loro da un'interdipendenza drammatica. Nel secondo numero di «Contropiano», Abruzzese scrive:

“Dall'individuo alla massa” e “dalla massa all'individuo” diventano due diverse scelte esistenziali e segnano un primo essenziale momento dello sviluppo dell'ideologia del pubblico. In un certo senso, infatti, in Schopenhauer è possibile trovare non soltanto la radice del mito del *genio*, ma anche – seppur capovolti di segno – i valori, che la massa, solo più tardi, saprà propagandare sino in fondo per vincere la propria battaglia.⁵⁹

Al contrario, data la sua matrice post-operaista, Abruzzese prende fin da subito le distanze da Wagner, il quale ritrovava nella *bellezza* una funzione educativa nei confronti delle masse, elevando il popolo ad una condizione più moderna e omogenea, derivante dalla fusione tra sentimenti e intenti. Infatti, per Wagner l'opera d'arte occupava un posto intermedio tra il genio e la 'plebaglia' ed è proprio in questo interstizio che trovava luogo l'idealizzazione del popolo. L'artista non deve più essere egoista, il compito dell'arte è quello di fissare il senso oggettivo della vita nella bellezza delle forme, di trasportarlo nella coscienza degli altri, di renderlo universale in quanto patrimonio comune; un'arte che

⁵⁹ *Spettacolo e alienazione*, Alberto Abruzzese, Contropiano n. 2, 1968.

riesca quindi ad attrarre una partecipazione totale. Abruzzese riconosce invece, nelle parole di Nietzsche, accanitosi talvolta contro gli scritti wagneriani, di aver svelato il carattere contraddittorio che l'ideologia del pubblico acquisterà in tutta la serie di esperienze storiche. Egli scrive:

Ogni qualvolta, alla ideologia direttamente apologetica del capitalismo, si sostituirà una ideologia indirettamente tale sul terreno della strumentalizzazione o salvazione democratica del pubblico, la contraddizione interna della caduta dell'arte come valore, o del perpetuarsi della sua sostanza in quanto mistificazione, torna a sussistere interamente. Nel campo dello spettacolo tale contraddizione trova costantemente una "tecnica" mistificante. Si rivela soltanto in qualche caso, ma anche allora costituisce il fascino stesso della rappresentazione. *L'angoscia dello spettatore*⁶⁰ è interna alla volontà dello spettatore e ne costituisce parte del suo carattere. Nietzsche coglie il significato della condizione del pubblico come nessun altro prima di lui.⁶¹

Nietzsche, in effetti, ritrova nello spettacolo delle forme estetiche massmediali uno strumento essenziale dell'inautenticità della vita, perché è attraverso il linguaggio artistico che la massa custodisce sé stessa in uno stato di «ubriachezza, dandosi continuamente l'illusione di poter comprendere e veramente comunicare». La Bellezza comunicata al pubblico segna, al contrario, la perdita di ogni possibile contatto. Sulla scia di questi testi, Abruzzese si convince che lo spettacolo delle Grandi Esposizioni possa determinare uno slittamento dalla categoria di popolo verso quello di *pubblico*. La differenza tra le due definizioni, nella letteratura post-operaista, sta nel fatto che, mentre il popolo è associato al dominio hobbesiano dello stato-nazione, il pubblico si forma proprio grazie al dominio dello spettacolo e delle merci. In «Forme estetiche», Abruzzese afferma che sarà proprio la tecnica del 'colpo d'occhio', generatosi all'interno di quelle esposizioni, ad annullare progressivamente la volontà dello spettatore, atrofizzandone le capacità riflessive. Infatti, la fantasmagoria delle immagini cancella la coscienza sociale dell'individuo", che così facendo, «si dimentica dei caratteri fondamentali della propria classe». Anche in questo punto, la vicinanza con la tesi stiegleriana emerge in modo evidente. L'atrofizzarsi delle capacità riflessive degli individui porta a quella che Stiegler definisce 'misera del simbolico', perdita del sentire individuale e, di conseguenza, collasso

⁶¹ *Spettacolo e alienazione*, Alberto Abruzzese, Contropiano 2, 1968.

del sentire comune, fine della condivisione del simbolico, da cui deriva il non riuscire più a riconoscere la propria classe, i propri simili.

Il terreno nel quale si svolgono le Esposizioni Universali rappresenta lo spettacolo tramite cui la classe dirigente di una determinata nazione educa il proprio pubblico, tanto che Abruzzese scrive che:

Esse manifestano due componenti principali: da un lato l'industriale, che per la sua stessa natura e funzione, deve far coincidere il suo interesse con l'educazione del pubblico, dall'altro lato il pubblico, le varie classi sociali, che, in diversa misura, compongono la folla di una grande metropoli, interessate alla propria educazione, quanto al proprio divertimento.⁶²

Queste esposizioni sono così importanti anche perché, come riconosce Nello Barile, rappresentano, sin dalla propria nascita, un luogo di contingenza tra l'esperienza localistica e le organizzazioni astratte. Luoghi quasi eterotopici, ove alla convergenza delle classi cosiddette educate si contrappone la trasversalità dettata dalla presenza del pubblico-massa. Oltre ad essere teatro per le grandi innovazioni tecnologiche e anticamera del cambiamento della struttura sociale Occidentale, le Grandi Esposizioni Universali permettono di esaminare profondamente la trasformazione che ha investito la fruizione del pubblico e la sua dimensione esperienziale. Abruzzese suggerisce che esse abbiano anticipato le scenografie cinematografiche, azzardando ad affermare, che sia impossibile capire il ruolo del cinema senza passare da una loro analisi. Queste manifestazioni sono definibili come le 'piattaforme espressive che hanno forgiato la comunicazione nella modernità: rappresentano il momento nel quale il visitatore per la prima volta viene immerso in uno spettacolo totalizzante, riescono a trasformare lo spazio fisico in media.

Il fatto è che il carattere iper-produttivo e insieme sofferente dell'esperienze europee si contrappone inizialmente con la scarsa produttività dell'industria di massa irregimentata, ma in prospettiva si espanderà a tutto il pubblico, poggiando su un'organizzazione industriale che dai recinti limitati dell'Esposizioni si sviluppa su scala totale. Secondo Abruzzese, questo è possibile soprattutto per la nuova tecnologia dell'immagine, che permette allo spettatore di partire per dare un senso alla vita interiore e al discorso

⁶² *Spettacolo e alienazione*, Alberto Abruzzese, Contropiano 2, 1968.

interiore, quindi in modo più immediato, più interessato e sensibile al materiale che all'opera come oggetto chiuso.

In ultima analisi, le Grandi Esposizioni Universali anticipano in vario modo, secondo Barile, le caratteristiche delle attuali piattaforme digitali e dell'attualissimo metaverso:

In primo luogo, esse danno luogo ad una dimensione al contempo fisica e mediale dell'esperienza di consumo che oggi spopola nel marketing pensiero tramite il concetto di "phygital": ovvero l'integrazione dinamica tra mondo fisico e mondo digitale. In secondo luogo, la dinamica emozionale che, seppur in una fase protospettacolare, sostituisce la razionalità strumentale del soggetto borghese con un'emozionalità strumentale di un nuovo soggetto che continuamente esce dalla folla (Abruzzese, 1973), un soggetto blasé che è investito dagli shock dell'esperienza urbana (Benjamin, 1986) e vive al confine tra la dimensione quantitativa e qualitativa (Simmel, 1995).⁶³

Autori come Foucault, riconoscerebbero in questo passaggio da massa a pubblico, quindi nella nuova dimensione partecipativa del pubblico, l'emblema del processo di disciplinamento delle moltitudini. Il carattere epocale dell'esperienza massmediatica si evince nella trasformazione del pubblico, dapprima moltitudine di soggetti diversamente attrezzati alle competenze necessarie, poi diventati macchia di consumo concomitante e omogeneo della merce, la quale non richiede alcuna attrezzatura particolare per essere consumata.

In seguito, Abruzzese si avvicinerà molto alle riflessioni stiegleriane, concentrandosi sul rapporto tra corpo e tecnologia, e in particolare, sulla mutazione in atto del corpo tecnologicamente attrezzato dello spettatore. Per farlo, riprenderà molto delle originali riflessioni del filosofo e sociologo spagnolo Ortega y Gasset. Quest'ultimo, non accettando la dottrina benjaminiana intorno alla natura meccanica e automatizzante dello spettacolo cinematografico, specie quello hollywoodiano, giunge a rifiutare la concezione dello spettatore di massa. Ortega y Gasset trova in questa nuova definizione proprio il processo di assoggettamento e disciplinamento al consumo a cui lo spettatore si sottopone per partecipare alle 'cerimonie dei media'⁶⁴, facendosi così critica del corpo moderno. E infine riconoscendo che la catastrofe della società industriale, quella che Stiegler definirebbe la

⁶³ *Da Parigi 1900 al metaverso*, Nello Barile, in *Forme estetiche e società ipermoderne*, a cura di Vanni Codeluppi, 2023.

⁶⁴ *La ribellione delle masse*, Ortega y Gasset, trd. Ita di Battaglia e Greppi, SE, 2001.

‘catastrofe del sensibile’, non sia tanto la macchina in sé, quanto il corpo umano che ad essa si correla e con essa interagisce, giungendo a somigliarle troppo: per fare ‘macchina con la macchina’. Questo concetto rimanda in modo evidente all’organologia stiegleriana, secondo cui sia oggi impossibile distinguere il corpo organico da quello tecnico. Sergio Brancato trova in «Forme Estetiche» di Abruzzese, la volontà di indagare ulteriormente questo nuovo corpo, tanto che, secondo il sociologo vi è l’apparizione di un nuovo corpo vivente, che tramite le nuove tecnologie aderisce a nuovi dispositivi e a nuove istituzioni di produzione della quotidianità. In *Forme estetiche* si legge infatti:

il significato dell’immenso mondo allegorico costituito dai mezzi audio visivi è ancora una volta rappresentato dall’immenso pubblico che ne sa interpretare i significati. Quando questa approssimativa identità viene a mancare per la sproporzionata crescita di uno di questi due poli – ciascuno dei quali, proprio grazie all’industria, possiede larghi margini di sviluppo autonomo – allora si verifica il bisogno di un nuovo salto tecnologico.⁶⁵

⁶⁵ *Forme estetiche e società di massa*, Alberto Abruzzese, Marsilio Editore, 2001.

1.2.2.3. Cinema

Che l'avvento del cinema abbia rappresentato un crocevia fondamentale nel rapporto tra arte, tecnica e mercato è un dato ormai assodato. Inoltre, da sempre al centro del dibattito novecentesco sui media, è importante ricordare come Adorno e Horkheimer riconoscessero nel cinema – e nella radio – la massima espressione della regressione dell'illuminismo nell'ideologia, dove l'illuminismo essi lo individuavano principalmente nel calcolo dell'effetto e nella tecnica di produzione, mentre l'ideologia si esauriva, per quello che è il suo vero contenuto, nella feticizzazione dell'esistente e nel potere che controlla la tecnica⁶⁶. Sostenevano che i film (e la radio) non avessero più bisogno di spacciarsi per arte, a differenza di Benjamin che invece, non credendo nell'assunto dei colleghi americanizzati, riscontrava nel cinema un arricchimento del potenziale di analisi e di ibridazione arte-scienza.

Tanto Stiegler quanto Abruzzese, dissentirebbero con l'assunto benjaminiano. Poiché, se da un lato, entrambi riconoscono le enormi potenzialità emancipatorie del cinema, dall'altro riconoscono la pericolosità della sua strumentalizzazione e, più in generale, le moltissime contraddizioni che lo abitano in quanto media. Nella letteratura di entrambi gli autori si riscontra un grande interessamento al media cinema e ai suoi prodotti. Sono molteplici le analisi effettuate su singoli film, come contenitori di evidenti elementi archetipici del nuovo assetto capitalistico e dello sviluppo dell'industria culturale. In questo scritto ci atterremo alle considerazioni che i due intellettuali esibiscono nei confronti del cinema in quanto industria e in quanto media. Anche in questo caso, è interessante analizzare congiuntamente le due differenti riflessioni, in quanto, come vedremo, aprono questioni che non si sovrappongono, piuttosto si completano.

Stiegler è tranciante. Crede che il cinema rappresenti la più importante conquista tecnologica, e che questa abbia permesso l'instaurarsi del totale dominio dell'industria sull'estetica. La sottomissione dell'estetica agli interessi dello sviluppo industriale costituisce, secondo il filosofo francese, una totale rivoluzione delle modalità di vita umana, in quanto il cinema è lo strumento che ha permesso la restituzione della macchina in movimento. Abruzzese invece nel capitolo «Nascita del cinema» del suo celebre «Forme Estetiche» afferma che «Il cinema è l'arte della fabbrica nel senso che racchiude in sé –

⁶⁶ *Dialletica dell'Illuminismo*, Adorno e Horkheimer, Einaudi, 2010.

nella sua stessa struttura iniziale – le forme e l’ideologia della moderna società industriale»⁶⁷. A prima vista questa frase può rappresentare un apparente paradosso, è difficile coniugare insieme arte e fabbrica, rispettivamente massime rappresentazioni del lavoro astratto e di quello concreto. La lucidità abruzzese però permette di cogliere nel cinema la capacità di mettere in scena il paesaggio d’epoca in atto, in una forma espressiva capace di contenerne i radicali conflitti, che investono il sistema consumistico quanto quello produttivo. Egli scrive che «Fin dall’inizio il cinema pubblicizza sé stesso: la tecnica serve a magnificare la tecnica e il pubblico si identifica con l’acquirente»⁶⁸. Il cinema diventa perciò un nesso fondamentale nella ridefinizione del rapporto tradizionale tra produzione e consumo nell’età delle masse, tanto che, secondo Sergio Brancato, il film dei Lumière assume le vesti di un atto creativo capace di creare una condizione inedita della vita quotidiana, ovvero l’invenzione di un inedito corpo spettatoriale reso possibile dalla tecnologia industriale.

Tanto per Stiegler, quanto per Abruzzese, nel cinema si possono riconoscere gli elementi fondanti dell’appropriazione capitalista del concetto di estetica e dell’estetizzazione della società. Al tempo stesso, nella manifestazione filmica Stiegler riconosce la forma artistica che detiene la più grande responsabilità politica nelle società di controllo. Infatti, il cinema è per eccellenza l’esperienza estetica che può combattere il condizionamento estetico sul proprio terreno⁶⁹. Diverso è il pensiero che Abruzzese ricostruisce sulla responsabilità del cinema, a cui non riconosce alcun potenziale eversivo, bensì lo strumento principe per l’asservimento del pubblico. Nel primo numero di *Contropiano*, il sociologo descrive il cinema come uno spettacolo di massa, riconoscendo nella sua veloce conquista del pubblico-gregge la prova della capacità di persuasione del mezzo filmico. Egli riconosce nel cinema l’archetipo del rapporto che l’arte instaura con la politica, tanto che ritrova nella relazione tra cinema e politica l’enorme contraddizione che vi è nel ruolo antagonista che la politica culturale dovrebbe svolgere nei confronti del capitale. Quindi, si domanda l’efficacia e le ragioni di esistenza di quel cinema che definisce di ‘contestazione al sistema’, del film che si traveste da soggetto rivoluzionario. Per questo motivo, la sua tesi si trova in totale contrasto con le considerazioni che invece Husserl presentò nel suo «Storia sociale dell’arte», dove scriveva che nel film si potesse

⁶⁷ *Forme estetiche e società di massa*, Abruzzese, Marsilio Editore, 2001.

⁶⁸ *Forme estetiche e società di massa*, Abruzzese, Marsilio Editore, 2001.

⁶⁹ *Amare, amarsi amarsi*, Bernard Stiegler, Mimesis Edizioni, 2014.

individuare la sola forma artistica in cui la Russia sovietica offrì cose notevoli, grazie al fatto che condivideva lo stesso connotato rivoluzionario del giovane stato comunista. I tempi in cui la riflessione husserliana prendeva piede, vedevano un cinema nella sua fase di espansione, la cui elasticità e malleabilità, privata del suo carattere ideologico di definizione, permetteva la convinzione di poter strumentalizzare la cultura a fini rivoluzionari. In seguito, riconoscerà e riscoprirà la sua unica natura nel costituirsi unicamente come merce.

Per dimostrare quanto il binomio arte-rivoluzione rappresenti un imbroglio capitalista, Abruzzese prende in esame il film politico nei paesi socialisti. In esso, ideologia e rivoluzione si contrappongono, non tanto sulla linea strategica perseguita, quanto come sentimenti di una lotta già avvenuta. Il problema costituente in tale relazione sta nel fatto che la lotta di classe non avrebbe dovuto aver bisogno di un interprete estetico, e invece anche il cinema, durante la rivoluzione, era stato un documento tendenzioso. Abruzzese riprende addirittura le parole di Eisenstein, il quale affermò che si accorse di negare la rivoluzione nel momento stesso in cui provava a darne una rappresentazione estetica. In ogni frame dei suoi film la rivoluzione si traduce in estetica, laddove la lotta si sublima nel piacere della Bellezza. Il cinema diviene nesso tra ideologia e rivoluzione, la traduzione in immanenza del pensiero subalterno. Di conseguenza, il regista assume un ruolo, prima che artistico, sociale: i suoi film diventano la massima rappresentazione dell'abbandono del vecchio per il nuovo che avanza; nelle immagini filmiche è riassunto tutto ciò che appartiene alla cultura e al costume borghese e vi è propagandato tutto ciò che deve appartenere al comunismo. Il culto dell'arte e l'amore dello spettacolo vengono scelti come terreno politico: la rivoluzione è bella per tutti. È interessante notare inoltre come il sociologo riconosce come unico film politico propriamente detto – ovvero che raggiunga, cioè, il suo scopo – quello tecnologico-ideologico-fantascientifico, affermando che, non a caso, esso viene prodotto dai paesi a capitalismo avanzato.

Abruzzese era convinto che lo sviluppo del cinema novecentesco dovesse molto ai tentativi sovietici di creare una forma estetica basata sul montaggio, utilizzato come tecnica che cerca di dirigere non solo le emozioni ma tutto il pensiero. Però, negli anni Venti, riconosce che tutte le sperimentazioni europee vennero superate dallo sforzo americano, sia sul piano del linguaggio che su quello dell'organizzazione. Dopodiché, con l'avvento del sonoro, che prevedeva un'unificazione, tramutata in vendita, senza attriti,

della cultura di massa nelle sue potenzialità di fantasmagoria, venne completato il ciclo e venne lanciato definitivamente il mondo hollywoodiano. Negli anni Settanta, quando ancora in Europa si sperimentava con le correnti post-surrealiste, negli Stati Uniti, i miti e le forme estetiche erano già veicolate tramite una produzione automatizzata di massa, dove allo sforzo di unificazione in un unico linguaggio si sommava la volontà di fonderlo con il sistema linguistico generale. Come in Europa il cinema americano si innestava direttamente sul romanzo d'appendice e dell'orrore, ma a differenza del Vecchio Continente, esso si organizzava già come un'industria: servizi, imprese e funzioni specializzate nella trasformazione dei messaggi, controllo dei prodotti, programmazione e standardizzazione per l'esportazione.

Così come Abruzzese, anche Stiegler riconosce negli Stati Uniti la fucina da cui tutto questo processo alienante si è originato, riconoscendolo come il paese delle immagini cinematografiche e televisive, il quale ha edificato la propria potenza proprio attraverso, tra le altre, l'industria cinematografica. Egli crede che la potenza del cinema venne riconosciuto nella sua grandezza fin da inizio del secolo scorso, quando nel 1912, un senatore affermava «trade follows films» e addirittura quando Jean-Michel Frodon analizzava la comprensione del potere americano tramite la sua filmografia, arrivando ad assurgere, che i film e i programmi televisivi rappresentano la ricchezza e il potere del popolo americano ancora di più delle sue forze armate. Rimanendo sul paradosso di come il potere del cinema abbia superato il potere delle forze armate, Stiegler crede che questo potrà modificarsi solamente perché il potere cinematografico finirà per liquidare definitivamente il narcisismo dello spettatore, quindi il suo potere di proiezione, al punto che non sarà più in grado di vedere immagini, bensì la distruzione di esse⁷⁰. Il cinema è a tutti gli effetti un'arma politica, economica (da cui dipende il commercio mondiale) e militare-diplomatica.

D'altro canto, rispetto ad Abruzzese, Stiegler ne fa più una questione di appropriazione e mistificazione del narcisismo primario degli individui. Lo sfruttamento industriale della tecnologia dell'immagine, poste al servizio dell'espansione illimitata dei mercati, ha portato a condizionare ogni esperienza individuale e collettiva, tanto che non riuscendo più a proiettare la propria singolarità, verrà meno la possibilità di entrare in relazioni

sociali con altri individui e costituire il narcisismo collettivo, che delinea lo spazio vivibile di un'esperienza estetica condivisa.

Una volta distrutto il narcisismo primario, lo sfruttamento industriale dell'immagine e della sua tecnologia, erode la possibilità stessa di vedere immagini. È quel processo che viene definito dallo stesso Stiegler come «l'incubo delle immagini che rendono ciechi»⁷¹, con cui si riferisce alla produzione d'immagini che non producono immagini, bensì le distruggono, perché realizzano immagini che sono solo visioni. Quest'ultime, non essendo viste, possono assumere il ruolo degli oracoli, o «realtà dove si annulla il simbolico»⁷². In questa analisi, si può riconoscere quello che Adorno e Horkheimer, e in particolar modo il primo, riconoscevano nel cinema già all'inizio del Secolo. La vita non deve più distinguersi dal film, in quanto questo non lascia più alcuna possibilità alla fantasia e al pensiero dello spettatore. Spaziare e muoversi con la mente senza perdere il filo dell'opera filmica risulta quasi impossibile, addestrando gli spettatori, che i due filosofi chiamano in questo caso 'vittime', a identificarlo immediatamente con la realtà. Tutti i prodotti culturali, tra i quali riconoscono il più tipico nel film sonoro, paralizzano la facoltà di immaginazione e riflessione degli spettatori, che per non perdersi i fatti che rapidamente gli passano davanti, sarà costretto ad auto-vietarsi totalmente l'attività mentale. Il film diventa tale solamente se il fruitore è in grado di aggiungere qualcosa alla sua sola passiva visione, sennò le immagini si trasformano, come nel caso stiegleriano, in sola visione, oracolo, dove avviene l'annullamento del simbolico.

⁷¹ *Miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, pp. 129, Meltemi Editore.

⁷² *Miseria simbolica. 1- L'epoca iperindustriale*, Bernard Stiegler, pp. 129, Meltemi Editore.

2. La creatività come impulso per il capitalismo estetico

Stefano Bartezzaghi, nel suo «Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere detti creativi e chi ce lo fa fare», pubblicato nel 2021, apre la sua ampia riflessione circa il concetto di creatività e gli sviluppi che questo ha avuto nel corso dei secoli con:

A un certo punto del secolo scorso si è sentita risuonare una parola rotonda ed espressiva: “creatività”. I discorsi sulla creatività si sono presto infittiti e allargati a ogni ambito dell’attività umana: la creatività è dei designer e dei cantautori, degli stilisti e dei programmatori di computer, dei pubblicitari e dei bricoleur, dei bambini e dei tecnologi. Che cosa esattamente esprima una parola tanto espressiva è difficile, anzi, impossibile da precisare. Intanto questi discorsi hanno però finito per edificare una sorta di piramide che dalla terra punta verso il cielo. La creatività eleva: come l’artista con la sua opera sembra voler emulare il Creatore, così chiunque può sperare di parere un artista, grazie alla propria creatività.⁷³

Un’apertura simile a quella che introduce allo scritto del sociologo tedesco Andreas Reckwitz che, nel 2012, pubblicò quello che a detta di molti rappresenta ancora oggi il testo più autorevole in materia, ovvero «The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New». Infatti, nella prefazione al testo si legge che nelle società contemporanee il bisogno e il desiderio di essere creativi, e più in generale di produrre nuove cose in modo creativo, siano sentimenti insolitamente diffusi. Ciò che un tempo era riservato ai circoli artistici subculturali è diventato ormai un modello culturale universale, addirittura un imperativo. La creatività si trova ormai in ogni angolo della società. Anche dove meno ce lo si aspetterebbe, le istituzioni tradizionali hanno iniziato a capitalizzare la valuta della creatività

Timon Beyes e Jorg Metelmann riconoscono che per appartenere alla società contemporanea debba essere soddisfatto il requisito di essere creativi, nuovi, unici, e soprattutto diversi. Nel celebre libro «Critique of Creativity», Ulf Wuggenig asserisce che il termine creatività abbia fatto il suo ingresso, in maniera epidemica, nella letteratura amministrativa e tecnocratica. Mentre Ulrich Brockling afferma che la creatività abbia

⁷³ *Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere detti creativi e chi ce lo fa fare*, Stefano Bartezzaghi, Bompiani, Milano, 2021.

assunto un'accezione salvifica, tanto che, la fede riposta nel suo potenziale rappresenta la religione secolare del sé imprenditore.

Ma quali sono le cause che hanno portato la creatività ad essere un fattore così determinante nelle società contemporanee? Come già analizzato nel Capitolo 1, le proteste operaie e quelle studentesche, le crisi che hanno imperversato nelle economie occidentali e l'emersione della forte concorrenza che i Paesi asiatici stavano imprimendo al blocco occidentale, crearono le necessità per il cambiamento non solo industriale, ma dell'intero paradigma economico in tutto l'Occidente. Con il passaggio al post-fordismo sul piano industriale e conseguentemente quello ad un'economia della conoscenza e dell'informazione, il concetto di creatività e tutto l'apparato semantico ad esso corredato ha evidentemente rappresentato uno strumento talmente importante che risulta necessario analizzarlo in profondità. Qua si concentra la critica artistica così com'è stata concepita da Boltanski e Chiappello, la quale, rivolta principalmente contro il disincanto, la mancanza di autenticità, la perdita di significato e l'oppressione, derivanti dalla vacuità e dalla standardizzazione della società mercantile borghese, sollevò di contro, richieste di libertà, autonomia e libertà. Questa forma di critica, entrata nella storia soprattutto nel contesto del maggio parigino del 1968, secondo i due autori, ha però al contempo ispirato nuove strategie di gestione aziendale, che ugualmente al paradigma combattuto, esprimevano nuove forme di sfruttamento e precarizzazione. Perciò una critica alla creatività, che loro definiscono 'critica artistica', i cui effetti palesano pesanti ritorzioni a livello di uguaglianza e sicurezza che saranno trattati dall'altro filone della critica, quella sociale.

Per capire come la creatività sia riuscita a conquistare un ruolo così egemonico all'interno della società contemporanea, è necessario analizzare gli sviluppi culturali, sociali ed economici degli ultimi due secoli. Poiché la creatività diviene strumento necessario per l'abbandono della concezione moderna razionalista e normativa, motore perfetto per il processo di estetizzazione sociale, in grado di rispondere alle urgenze libertarie sorte durante la caduta del fordismo.

Sullo sfondo di tutta la riflessione che segue, si trova l'ampia analisi effettuata da Reckwitz intorno al complesso della creatività, la quale, oltre ad offrire un apparato teorico fondamentale per la lettura socioeconomica del dispositivo creativo, ha ispirato tutta la

letteratura contemporanea interessata alla relazione che si instaura tra la nozione di creatività e il capitalismo estetico.

2.1. Breve genealogia della nozione di creatività

È anzitutto interessante denotare come la parola creatività, utilizzando il Grande Dizionario Italiano dell'Uso di De Mauro, rientri a tutti gli effetti tra quelle 2750 parole considerate ad 'alto uso', appena inferiore dei termini rientranti nella categoria di massima frequenza. Quindi può essere sicuramente annoverata tra quelle parole italiane considerate facili, di semplice utilizzo. Il reale problema che si palesa intorno alla riflessione su questo termine riguarda le questioni semiotiche che esso porta con sé. Parlando infatti di creatività si ha facilmente l'impressione di intenderci, ma al tempo stesso, difficilmente si troverà una persona che possa dirsi sicura che di quella parola esista un significato univoco, preciso e inclusivo nelle sue molteplici accezioni. Secondo Bartezzaghi questo carattere fortemente ambiguo della parola creatività è riconducibile al fatto che essa appartenga alla categoria dei 'termini', ma che al contempo tenda a funzionare come una 'parola'. Questa precisa distinzione deriva da una riflessione che Giacomo Leopardi presenta nel suo «Zibaldone di pensieri», tramite cui riconosce che, mentre i *termini* presentano «la nuda e circoscritta idea»⁷⁴ di un determinato oggetto, determinando e definendo la cosa descritta in tutte le sue parti, la parola non presenta la sola idea dell'oggetto significato, bensì anche le immagini accessorie ad esso corredate. Più precisamente, quello che Leopardi intendeva con 'immagine accessoria' è il significato non necessario che si associa ad un termine, quindi, un ulteriore orizzonte semantico che si aggiunge alla nuda verità del termine, trasformandolo in parola. Seguendo queste indicazioni, si potrà quindi affermare che il concetto di creatività può essere linguisticamente riconosciuto come *termine* per la sua apparente precisione e scientificità, mentre può essere annoverato tra le *parole* per la sua intrinseca ambiguità e vaghezza. Come vedremo, è la stessa ambiguità del termine che ne ha permesso la profonda espansione e, in alcuni casi, la sua strumentalizzazione. Al tempo stesso, è anche vero che la creatività rimanda sempre ad una predisposizione verso il nuovo, più precisamente alla capacità di produrre il nuovo, di riconoscerlo, di metterlo in atto e di rappresentarlo. Perciò, pur riconoscendone la vaghezza, si può riscontrare in modo abbastanza chiaro il suo nucleo semantico, ovvero l'area di significato relativamente stabile nel tempo e nei differenti contesti in cui si sviluppa.

⁷⁴ *Zibaldone di pensieri*, Giacomo Leopardi, Mondadori, 2004.

Decostruendo etimologicamente la parola creatività si giunge a poterla suddividere in tre parti, per cui, partendo a ritroso si avrà: '-ità', la quale indica la forma dei sostantivi femminili astratti; '-iv-' che invece indica la forma dell'aggettivo, o del sostantivo, con cui indica il valore di capacità, disposizione e qualità; 'creat-' che invece sta ad indicare la produzione del nuovo, di 'far essere qualcosa che prima non era'. Perciò, analizzandone i formanti, si potrebbe giungere a definire la creatività come l'attitudine a produrre qualcosa di nuovo. Secondo il sociologo Niklas Luhmann con il termine creatività si definiva una sorta di ingegnosità democraticamente deformata. Infatti, come il concetto di genio, la creatività è caratterizzata dalla dimensione temporale del nuovo, da quella simbolica del distintivo o del significativo, e dalla dimensione sociale del sorprendente.

Uno dei maggiori problemi riscontrati dalla letteratura che nel tempo ha tentato di analizzare il concetto di creatività, è il fatto che molto spesso sia stato correlato al creare, quindi al concetto di creazione, il che, potrebbe portare a risultati fuorvianti. Questo in virtù del fatto che la parola 'creare' rimanda anzitutto ad un significato teologico, in quanto si riferisce all'attività metafisica di un creatore dell'universo. Lo stesso Agostino, sosteneva che «creatura non poteste creare», per cui la creatura che è stata creata da Dio non può creare sé stessa. Ovviamente risulta difficile oggi, considerare che un creatore di tale tipo possa essere considerato un 'creativo', motivo per il quale, la capacità creativa è tendenzialmente circoscritta alle facoltà umane. Ma questo, che oggi può sembrare facilmente comprensibile, rappresenta l'esito di un lungo processo cominciato nel XVI secolo quando l'avvento dell'Umanesimo rinascimentale, provocò l'estensione del termine, giungendo ad indicare il fare presente o futuro, cioè un tipo di fare da parte degli uomini. Alla figura del divino si accostò quella dell'uomo, tanto che, Torquato Tasso parlava di due creatori: Dio e l'uomo. Negli stessi anni, Philip Sidney riconosceva a Dio la creazione della Natura e quindi dell'uomo, il quale però era stato creato con le sue unicità, offrendogli «con la forza di un soffio divino»⁷⁵ di immaginare e fare cose che vanno oltre la natura. L'uso dei vocaboli 'creare' e 'creazione', come scrive Raymond Williams, diviene man mano peggiorativo nel contesto degli scrittori elisabettiani: Macbeth parlava di falsa Creazione per indicare quel qualcosa che proviene dal cervello esausto oppresso dal calore, mentre Amleto parlava di creazione senza corpo per indicare l'essere astuto in senso dispregiativo. È dal XVIII secolo che 'creare' e 'creazione' hanno acquisito

⁷⁵ *In difesa della poesia*, Philip Sidney, 1595, trd. Ita. Mimesis Edizioni, 2013

un'associazione consapevole con il campo dell'arte. È infatti in tale secolo che viene coniato il termine creativo come espressiva facoltà umana, che infatti dovette attendere questa trasformazione per liberarsi del necessario riferimento a un evento divino passato. Williams, nella sua digressione, scrive che il primo riferimento specifico al binomio creatività-arte che è riuscito a trovare, con un'accezione esclusivamente umana e non divinatoria, emerge dalla lettera che William Wordsworth – poeta, ritenuto il cofondatore del romanticismo e soprattutto del naturalismo inglese - scrisse nei confronti dell'amico pittore Haydon nel 1815. In essa il poeta inglese ribadiva l'alta vocazione creativa di cui entrambi erano fregiati. Di lì in poi, tale binomio cominciò un lungo processo emancipatorio che lo portò a consolidarsi durante la metà del Diciannovesimo secolo.

Stefan Klein si chiede, nel suo celebre testo «Come cambiamo il mondo», da dove arrivino le idee geniali che permettono all'essere umano di creare qualcosa di nuovo, in altre parole, si chiede come faccia l'uomo ad essere creativo. Infatti, nell'introduzione allo scritto pone subito un distinguo creativo tra gli animali – ai quali riconosce grandi manifestazioni di creatività innata– e gli esseri umani, che non nascendo già conoscitori della propria arte, necessitano di scoprire e imparare la loro creatività. Per molto tempo si è pensato che fossero le divinità a suggerire all'essere umano le sue intuizioni ed è solamente 150 anni fa che la capacità di generare idee e concretizzarle è stata riconosciuta come capacità umana. Klein, con l'intento di approfondire l'origine dell'intelletto creativo, riconosce quattro macro-periodi, segnati da altrettante rivoluzioni, che hanno portato il pensiero creativo dell'umanità ad essere quello che riconosciamo oggi. Ovviamente, non essendo uno storico, la trattazione di Klein non presenta un carattere storiograficamente rilevante, piuttosto può essere utile nell'offrire una panoramica antropologica del termine.

La prima rivoluzione si verificò oltre 3,3 milioni di anni fa, quando i primi ominidi appresero la possibilità di trasformare i ciottoli in coltelli e questo gli permise di ottenere una forza talmente inaudita che segnò il momento in cui l'uomo preistorico riuscì ad emanciparsi dalla natura, creando il proprio mondo. La seconda rivoluzione avvenne invece circa 100000 anni fa, quando la specie umana, comprendendo di poter dare un significato agli oggetti che li circondavano, scoprirono il pensiero simbolico. I simboli permisero la convivenza all'interno delle comunità nascenti, dalle quali si arrivò alla modalità di vita stanziale. Possiamo far coincidere la terza rivoluzione con gli esordi della

comunicazione di massa, più precisamente, Klein ci invita a guardare al 1450 d.C., quando l'orafo Johannes Gutenberg di Magonza mise in funzione il primo torchio tipografico, il quale, con una struttura composta da stagno e piombo, permise per la prima volta di diffondere le informazioni in modo veloce e capillare. Questa fase fu caratterizzata dalla grande quantità di informazione che iniziarono a sprigionarsi, conducendo l'umanità verso un'era in cui le menti di ogni parte del globo potevano collegarsi tra loro. La quarta rivoluzione è invece quella in cui ci ritroviamo oggi, fase nella quale gli esseri umani hanno creato macchine che si sostituiscono via via al loro intelletto e che apprendono in maniera autonoma.

Pur potendone tracciare un percorso cronologico, l'ambiguità insita nel concetto di creatività, derivante dall'essere simultaneamente un termine e una parola, non è facilmente risolvibile. Proprio riguardo all'oscillazione che la creatività compie tra il concetto di termine e quello di parola, Bartezzaghi riscontra un'interessante filo conduttore che sembra legare la creatività alla mitologia, intesa nella connotazione che le dava Roland Barthes. Quest'ultimo, infatti, intendendo con mitologia gli oggetti principali del discorso dei mass media, ne riconosceva i caratteri più tipici proprio nella creatività. In questa definizione che ne dà Barthes, si riconosce tutta la polifunzionalità del dispositivo creativo. Infatti, come ogni mito massmediale, la creatività viene esibita come un fatto naturale, sia nella sua spontaneità e immediatezza, scevra da qualunque forma di intellettualismo, sia nella totale e ricorrente cancellazione della sua origine perfettamente culturale e storicamente fondata. Se infatti nella mitologia classica viene presentato il *mito*, ovvero un racconto, oppure un personaggio, configurato in una sfera inaccessibile agli uomini; nella mitologia contemporanea si paventa il *mitico*, difatti una trasformazione del suo 'utilizzo classico', il quale definisce «una qualità instabile che può investire e disinvestire chiunque»⁷⁶. Di conseguenza, il semiologo francese considerava come miti tanto le pubblicità di detersivi quanto la figura dello scrittore che, pur venendo presentato come una persona dalle abitudini normali, rimane pur sempre un creatore di romanzi. Ed è proprio il suo connotato di normalità a sottolinearne lo status diverso e mitico, è una persona come tutte le altre, ma queste, non scrivono romanzi. Questo apre un punto fondamentale per la digressione in atto: al mito è consentito il paradosso. Oltre a ciò, quello che i media proclamano mitico può evolversi, decadere e ritornare. La mitologia

⁷⁶ *Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere definiti creativi e chi ce lo fa fare*, Stefano Bartezzaghi, pp.30, Bompiani, 2021.

contemporanea non contempla solo personaggi e racconti, propri dell'omonima classica, bensì concetti astratti, feticci verbali ed espressioni che attribuiscono connotazione di prestigio. Quindi, la creatività è una mitologia non solo perché conferisce connotazioni di prestigio socialmente condivise, ma anche perché riesce a far convivere al suo interno aspetti fortemente contraddittori. Addirittura, secondo Bartezzaghi, la creatività è il feticcio verbale mitizzato più longevo tra tutti quelli imposti tramite i mass media.

Ora, l'aspetto che rende la creatività altamente problematica sta nel fatto che in essa si possono riscontrare delle contraddizioni molto più profonde di quelle riscontrabili in altri miti contemporanei. Essendo le sue manifestazioni così eterogenee e così numericamente elevate, tende a svuotarsi, mantenendo solamente la capacità di connotare il prestigio, tanto che, i teorici della creatività affermano che sia impossibile definirla. Secondo Bartezzaghi, l'unico modo per definirla è paradossale, perciò egli scrive:

la creatività è una non meglio definibile propensione al nuovo (nucleo semantico), che si specifica in una vasta quantità di campi e contesti (denotazioni contestualizzate) conferendo ovunque e invariabilmente marca di prestigio e comunque di valore positivo (connotazione mitologica).

A questo punto, l'unico modo per fuggire alle aporie connesse ad un concetto così complesso sarà decostruirlo e analizzarne singolarmente le manifestazioni in ogni campo.

2.2. Il complesso creativo

2.2.1. Estetizzazione sociale

Se oggi è possibile riconoscere un sistema capitalistico di matrice estetica, tanto del merito deve essere riconosciuto al processo di estetizzazione del mondo. I processi di estetizzazione sono sempre esistiti, ma l'intensità e l'estensione con cui tali fenomeni si sono manifestati a partire dalla metà del XIX secolo, li rende particolarmente importanti per un'analisi socioeconomica della società occidentale.

Risulta doveroso fare una premessa. Il concetto di estetizzazione ha avuto tantissime declinazioni. Benjamin parlava di estetizzazione della politica, Simmel di un'estetizzazione del quotidiano, Lipovetsky e Serroy parlano di estetizzazione della vita, e come vedremo, Reckwitz parla di un'estetizzazione del sociale. Tutte queste trattazioni, seppur con procedure e obiettivi d'indagine differenti, rimandano ad un concetto più ampio, ovvero il duplice processo che vede da un lato l'estensione e l'intensificazione sociale e antropologica di metodologie, pratiche e artefatti propri dell'estetica, mentre dall'altro, l'appropriazione, lo sfruttamento e la conseguente normalizzazione a cui ciò viene sottoposto dal sistema capitalista. In questa sede ci si concentrerà sulla declinazione socioeconomica di questo fenomeno. Infatti, dato l'interesse posto sul concetto di creatività, si usufruirà dell'analisi tracciata da Andres Reckwitz, il quale proclama una forma di estetizzazione che prima di tutto è una questione sociale. Per questo motivo, la declinazione che comparirà all'interno di questo scritto avrà come nomenclatura quella di 'estetizzazione sociale'.

Ciò che ha permesso la propagazione e il dilagamento del processo di estetizzazione qui analizzato è la creatività. In modo più preciso, con processo di estetizzazione si riconoscono i fenomeni di regime estetico del nuovo, del distintivo e del sorprendente, che si basano sulla percezione sensuale e affettiva. Infatti, questo processo di estetizzazione non può essere ridotto a meccanismi economici o meccanismi basati sui media, quanto più a processi intrecciati di economizzazione e mediatizzazione facilitati dalla tecnologia. L'amalgama di pratiche artistiche ed economiche, la creazione del proprio sé, la progettazione e lo sviluppo di spazi urbani principalmente in termini culturali e

atmosferici, rappresentano fenomeni che hanno contribuito all'ascesa dell'estetizzazione sociale sottoforma di differenti pratiche e narrazioni della creatività.

Il dispositivo creativo, così come lo definisce Andreas Reckwitz, è strettamente correlato con il processo di estetizzazione del sociale, pur non identificandosi con esso. Per lo più, il dispositivo creativo è legato ad una particolare forma di estetizzazione, capace di accoppiarlo a determinati formati non estetici come quello economico, razionale e mediale. L'estetica, in tal senso, può essere intesa come il mezzo all'interno del quale il dispositivo creativo segna una forma. Reckwitz dichiara che è come se il complesso sociale della creatività territorializzasse in un determinato modo i vari processi dell'estetismo. Come già detto, esistono e sono sempre esistite molteplici manifestazioni di estetizzazione del mondo, ma la peculiarità di quella prodotta dal dispositivo creativo sta proprio nella forzatura che questo imprime nel dirottare il processo estetizzante alla produzione e alla ricezione di nuovi eventi estetici. Ed essendo l'estetizzazione del nostro tempo proprio quella realizzata dal dispositivo creativo, sarà proprio quest'ultimo a rendere possibile la connessione tra l'estetizzazione e i regimi sociali del nuovo.

Il processo di estetizzazione del mondo e le sue naturali conseguenze sono già state implicitamente trattate nel primo capitolo. Infatti, tramite le riflessioni di Stiegler e Abruzzese si sono studiati le cause e gli effetti che tale processo ha costruito e sedimentato. Però, per capire come sia proprio il dispositivo creativo lo strumento che ha permesso l'avvento e ha alimentato questo flusso estetizzante è necessario analizzare questo fenomeno nello specifico. Al tempo stesso un'analisi storico-sociologica del dispositivo creativo necessita della riflessione sul processo di estetizzazione. Questo perché il dispositivo creativo emerge solamente se si riconosce il suo effetto come un processo di estetizzazione.

Ragionando nel profondo su cosa sia un processo di estetizzazione, ci è utile in questa analisi, seguire la riflessione di Reckwitz, il quale definisce l'estetizzazione come processo riferito all'espansione e all'intensificazione dell'estetico a discapito di un non-estetico. In altre parole, Heinz Drügh riconosce che la concezione di estetizzazione che abbiamo oggi, sia riconducibile alla produzione mirata, l'espansione e l'intensificazione dell'estetico, nel contesto di una cultura in cui i cittadini emergono per la prima volta come consumatori, i quali, avendo a disposizione livelli di potere d'acquisto e di tempo libero come non mai,

hanno sviluppato un interesse nella produzione di sorpresa e novità, su richiesta di un'intera nuova squadra di esperti nei campi del design, del marketing e dei media⁷⁷.

Reckwitz sostiene che la struttura culturale e quella della trasformazione dei sensi umani facciano capo al concetto di *aisth sis*, il quale, fornisce a sua volta, uno sfondo indispensabile per ricostruire i principi di estetizzazione. Al tempo stesso, e differentemente da Stiegler e Abruzzese, il sociologo tedesco crede che risulti necessario circoscrivere il campo delle percezioni sensoriali attinenti all'*aisth sis*. Nella sua trattazione, Reckwitz rimanda a un concetto pi  specifico di estetismo, nel quale l'estetica non si riferisce a tutti i sensi, ma solamente ad alcuni processi sensoriali, che egli descrive come processi intrinsecamente dinamici della percezione sensoriale, i quali derivano dal loro coinvolgimento in azioni bi-razionali. In modo ancor pi  approfondito, le percezioni alle quali fa riferimento nella sua riflessione sono «*practices of self-dynamic sensuality and affectivity freed from rational purpose*»⁷⁸. In questo modo, diviene possibile tracciare un distinguo tra *aisth sis* e percezione estetica. Distinzione derivante dal 'piacere disinteressato' di Kant, mette in relazione l'estetica con la sensualit  definita bi-libera, ovvero un campo percettivo scevro dal calcolo razionale e informazionale. Al tempo stesso, questo distinguo della dottrina estetica poggia su un'altra caratteristica necessaria: l'affettivit . Infatti, le percezioni estetiche non sono pura attivit  sensoriale, ma contengono un coinvolgimento emotivo del soggetto. Perci , la percezione estetica di cui si parla   caratterizzata da un insieme di atti sensuali, i quali, oltre ad essere non dipendenti dalle azioni bi-razionali, influenzano emotivamente il soggetto che ne usufruisce. Ovviamente, detta cos , pu  emergere una concezione estetica esclusivamente riferita ad un fenomeno psichico interiore. In verit , essa prende forma nel momento in cui un fenomeno affettivo individuale viene messo in relazione allo spazio sociale di soggetti e oggetti con i quali stabilisce costantemente relazione percettivo-affettive. Tutte queste relazioni vanno a costituire la trama della percezione all'interno di un collettivo. Infatti, molte di queste relazioni sono uniche e scompaiono immediatamente, ma nel loro insieme, costituiscono un campo di pratiche socioculturali relativamente durature, che tanto promuovono e stimolano, quanto inibiscono e moderano, lo sviluppo dei modi di

⁷⁷ *Aestheticization*, Heinz Dr gh, in *The Creativity Complex A Companion to Contemporary Culture*, Timon Beyes, Jorg Metelmann, Transcript, 2018.

⁷⁸ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, Polity Press, 2017.

percepire e sentire all'interno della società. Tramite una lettura sociologica, Reckwitz tenta di distinguere due stati aggregati dell'estetica: gli episodi estetici e le pratiche estetiche. La distinzione che egli traccia ruota principalmente sull'estemporaneità dell'accadimento estetico. L'episodio estetico si riferisce ad una percezione estetica momentanea e imprevedibile, mentre le pratiche si riferiscono a percezioni routinarie. Nelle pratiche estetiche saranno sempre contenute conoscenze estetiche pregresse, le quali, influenzeranno di conseguenza la produzione degli oggetti e guideranno la ricezione degli eventi estetici.

Questa visione del mondo, basata sulle modalità di elaborazione dell'esperienza autoreferenziale nelle pratiche estetiche, contrasta ovviamente con la modalità dell'elaborazione del mondo tramite l'azione razionale. Si torna in questo modo alla definizione che Reckwitz offre del processo di estetizzazione, in cui denota che la sua emersione nasca come conseguenza alla tendenziale espansione dell'estetico a discapito del non-estetico. Egli crede che non vi sia un rapporto dicotomico tra estetica e razionalità e soprattutto che non vi sia una netta separazione tra le due sfere, piuttosto crede sia nella loro stessa connessione che vengano a scaturirsi determinate forme sociali. Al tempo stesso, ciò che si è verificato lungo il percorso del pensiero critico occidentale in materia, a partire dal classicismo fino al modernismo, è sempre stato incline a porre una netta distinzione tra la sfera estetica e quella razionale.

Propria del classicismo, infatti, era la concezione espressamente dicotomica tra estetica e razionalità. L'estetica classica ha da sempre tentato di purificare il mondo estetico da quello razionale e moralistico, portando però alla purificazione opposta, ovvero eliminando dal razionale ogni principio estetico, e conseguentemente spianando la strada all'utilitarismo. Bruno Latour parlava di sforzi di purificazione propri della modernità, il cui intento era di cercare relazioni chiare tra le persone e le cose, tra la cultura e la natura/tecnologica⁷⁹. Infatti, nell'epoca moderna si può facilmente intravedere un lungo processo di razionalizzazione della pratica sociale che finisce per tradursi con quella che Reckwitz, riprendendo il concetto da Max Weber, definiva processo di de-estetizzazione. La nuova società modernista, così per come stava emergendo, organizzava soggetti e oggetti, conoscenze e pratiche, in modo tale che le azioni razionali potessero essere continuamente separate dalla dinamica intrinseca delle percezioni sensoriali e degli

⁷⁹ *Non siamo mai stati moderni*, Bruno Latour, Elèuthera, 2018.

affetti. Basti pensare ad autori come Marx, Weber e Durkheim per capire quanto la razionalizzazione, come chiave di lettura del mondo avesse soppiantato l'utilizzo del principio estetico. Le loro riflessioni riguardo ai processi di industrializzazione, capitalizzazione, razionalizzazione della vita umana e differenziazione funzionale, produssero la strumentazione per la procedura di de-estetizzazione. L'industrializzazione presupponeva che la natura e la tecnologia fossero oggettivati e resi oggetto di analisi impersonale. La capitalizzazione incoraggiava una visione dei lavoratori esclusivamente in termini di produttori di oggetti e valori considerati unicamente nel loro valore di scambio. Infine, mentre la razionalizzazione della vita trasformava le istituzioni in associazioni con regole fisse, la differenziazione funzionale manteneva la rigida separazione delle sfere d'azione in cui il comportamento veniva determinato unilateralmente sulla base di prestazioni e forme di osservazione specializzate. Tutto ciò, altro non faceva che portare ad una totale inibizione della sfera dell'estetico, ad un nuovo assetto economico, scientifico e statale-giudiziario che Max Weber definirebbe «nucleo della modernità razionalizzata»⁸⁰.

È giusto ricordare che la propensione al razionale e la conseguente de-estetizzazione è stata ampiamente controbattuta, sia da successive revisioni del pensiero degli stessi autori razionalisti (tranne Weber) sia da tutto un altro filone di intellettuali come Rousseau, Benjamin e Bataille, oppure i romantici, i quali erano convinti dell'importanza del luogo estetico nella lettura dei cambiamenti socioeconomici. Ricordiamo infatti che fu Benjamin il primo a coniare il concetto di 'estetizzazione della vita', ma ancora prima Simmel e lo stesso Durkheim analizzarono il principio estetico come fondamento per la costruzione del popolo.

Reckwitz crede, come già detto, che non abbia senso considerare la relazione tra estetica e razionalità tramite parametri dualistici. Se analizzato storicamente, tale dualismo presenta fasi di de-estetizzazione totale, dove le azioni razionali erano completamente private di sensualità e affetto, ed altre, puramente estetiche, in cui le azioni si presentavano come esclusivamente orientate ai sensi e agli affetti. Questi antipodi però, rappresentano casi eccezionali, o per meglio dire, estremi di un continuum maggiormente impuro. L'estetica non si palesa infatti solamente in pratiche prettamente estetizzanti, piuttosto si manifesta in ambiti sociali misti, nei quali le normative si combinano con atti

⁸⁰ *Comunità. Economia e società*. Max Weber, trd. Ita. Piccola biblioteca Donzelli, 2016.

percettivi e sensoriali relativamente individuali. Ad esempio, le cerimonie religiose e la speculazione in borsa sono pratiche impregnate di elementi estetici, senza essere necessariamente pratiche estetiche. Adorno si era già accorto dell'ambiguità di questo processo e, gettandogli discredito, vi identificava un'acquisizione totale della cultura da parte del consumo, denigrando di conseguenza la crescente tendenza della cultura verso un carattere pubblicitario. In modo simile anche Jacques Ranciere si mostrava preoccupato della deriva verso cui si stava dirigendo l'arte, ribadendo che essa, una volta tolta dall'ingombro del concetto di 'Bello', fosse definita esattamente come «ciò che resiste sia alla determinazione concettuale sia al fascino dei beni di consumo»⁸¹. Al tempo stesso, Reckwitz lucidamente sottolinea che sia stata la stessa sfera artistica borghese ad alimentare la produzione di un regime consumistico di novità, esprimendo il suo programma di soggettivazione nella forma di un'estetica del genio; ed è stato lo stesso Romanticismo ad aver contribuito all'onnipresente estetizzazione. Secondo il sociologo Colin Campbell il Romanticismo ha partecipato alla costruzione di un meccanismo dell'immaginazione che ha aperto la strada al moderno mondo del consumo. In questo sviluppo, decisiva è stata l'istituzione di quello che chiama 'sogni a occhi aperti', ovvero un tipo di immaginazione determinante nella costruzione di soggettività che, sebbene allenata attraverso un rapporto coltivato con l'opera d'arte e con l'esperienza estetica, può facilmente essere estesa per applicarsi a qualsiasi soggetto⁸². È chiaro che l'abbandono di linee di demarcazione tra estetico e non-estetico, effetto principe dei processi di estetizzazione, abbia trovato innumerevoli pensieri conflittuali. In effetti, in molti credevano, e credono tutt'ora, che i concetti solitamente legati all'estetica subiscano un'evidente repressione se posti all'attenzione della consumabilità. Quindi non sarebbero più considerabili attinenti all'estetica, quanto attinenti alla mera piacevolezza kantiana. Infatti, essi non avrebbero potuto includere la complessità e l'intensità della percezione e dell'emozione, o la resistenza dell'oggetto d'arte che spinge chi lo percepisce a 'pensare molto', propri del contesto estetico. E questa concezione porta a concepire l'estetizzazione come un fenomeno che comporta tanto una proliferazione quantitativa dell'estetico, quanto un suo appiattimento qualitativo.

Detto questo, la forma e la direzione dei processi estetizzanti possono essere estremamente differenti dal punto di vista sia culturale che storico. Essi possono

⁸¹ Jacques Ranciere, *Ist Kunst widerständig?*, Merle Verlag, Berlino, 2008.

⁸² *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Colin Campbell, Basil Blackwell, Oxford, 2005.

concentrarsi su particolari classi, istituzioni e unità spaziali, oppure addirittura trascendere i confini tra loro. In virtù di ciò, Reckwitz introduce un'ulteriore specificazione rispetto ai processi estetizzanti: essi differiscono sia in termini quantitativi-qualitativi che in termini di intenzionalità. In quelli quantitativi aumentano le pratiche esteticamente orientate o impregnate, e questo può accadere sia perché realizzate più frequentemente da un numero maggiore di attori, sia perché le pratiche non estetiche perdono portata e rilevanza. Per processi qualitativi egli intende invece la possibilità che nuove pratiche vengano messe al mondo, conseguentemente supportate da nuovi discorsi estetici, oppure, che le pratiche estetiche esistenti venissero intensificate. L'altra distinzione, legata all'intenzionalità dei processi estetizzanti, prevede che l'estetizzazione possa avvenire sia per un volere di autorità sociali, intellettuali, managers o subculture, tramite una promozione mirata e giustificazioni complesse, che come effetto collaterale di altri processi, come ad esempio in conseguenza ad un'espansione di oggetti o artefatti potenzialmente estetizzati.

Come già detto, l'estetizzazione non è sicuramente una caratteristica esclusiva della cultura postmoderna, al contrario, come riconosciuto da Reckwitz, nel corso della modernità, in luoghi e tempi diversi, si possono facilmente trovare sia processi di estetizzazione *dedicate*, traducibili in pratiche orientate all'estetica, sia deformazione dell'estetico e del non estetico, quindi, pratiche non esplicitamente estetiche ma impregnate di elementi estetici. Ovviamente queste non si riducono ad un'estetizzazione intesa come estetica 'del bello', che comunque contengono, bensì inglobano l'intero spettro dinamico delle percezioni e degli affetti. Sembra che queste manifestazioni estetizzanti non siano mai apparse in modo casuale, piuttosto sembrano state strutturali al paradigma della modernità, seppur inizialmente apparse in modo involontario. Più in generale i fenomeni di estetizzazione sembrano comparire più facilmente in concomitanza dell'instaurarsi di alcune variabili economiche, antropologiche e culturali. Per i casi che interessano questo scritto, ovvero quei processi di estetizzazione causati dall'espansione del dispositivo creativo, possiamo riconoscere, nel pensiero di Reckwitz, cinque variabili che, a partire dal XVIII secolo, hanno posto le condizioni per la manifestazione di questi fenomeni, definite «agenti estetizzanti»⁸³. Questi agenti, caratteristici dei tempi moderni sono: l'espansione dell'arte, la rivoluzione dei media, la

⁸³ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, Polity Press, 2017.

capitalizzazione, l'espansione dell'oggetto, la centratura del soggetto. Mentre i primi due fenomeni appartengono alla sfera dell'arte nel senso tradizionale del termine, gli altri derivano da altri ambiti e discipline. Il primo agente è probabilmente il più importante. Difatti, il campo artistico, nella forma con cui è emerso nel XVIII secolo creò un paradosso: se da un lato circoscrisse radicalmente l'estetica alla produzione e alla ricezione di ciò che veniva considerato arte, dall'altro i principi borghesi che si instaurarono con l'inizio del XIX, manifestarono il potenziale per dissolvere i confini così per come erano stati strutturati. L'arte divenne appannaggio della classe media perdendo il proprio carattere di unicità, perché l'appagamento emotivo-sensoriale che gli oggetti artistici producono, minacciava costantemente gli altri segmenti della vita civile. Reckwitz, riprendendo le analisi di Pierre Bourdieu, riguardo i principi di distinzione di classe, giunge ad affermare che «l'estetismo diviene perciò la vita segreta della vita civile»⁸⁴. Al tempo stesso l'arte moderna è da sempre stata intrisa di ideali utopistici, secondo cui, l'aspirazione massima sarebbe stata l'estetizzazione totale della società. Sia gli artisti romantici che i bohemiens, ma soprattutto gli artisti delle avanguardie, credevano che l'estetizzazione sarebbe stato l'unico strumento utile all'emancipazione della società. L'occupazione utopica dell'estetica, espansa in un ventaglio estremamente eterogeneo di media e artefatti costituì il desiderio di trasformare la vita in arte.

Riguardo al secondo agente estetizzante che riconosce Reckwitz, abbiamo già ampiamente analizzato con Stiegler e Abruzzese come l'ondata delle rivoluzioni tecnologiche, iniziate negli anni Trenta dell'Ottocento, abbiano totalmente trasformato il campo mediale. Basti pensare all'avvento della fotografia, del cinema, del telefono, dei televisori e successivamente l'avvento del digitale. Queste innovazioni modificarono i modelli di percezione sensoriale e le loro strutture emotive. I nuovi media, tramite cui il verbo estetico si è propagato, hanno totalmente mutato il paradigma dell'aisthesis.

Analizzare la capitalizzazione è molto interessante, perché il capitalismo moderno - creando un sistema economico espansivo che produce e vende beni con l'obiettivo sistematico del reinvestimento e dell'accumulazione di capitale - produsse una doppia forza, attrattiva e respingente, nei confronti dell'estetizzazione. Se dapprima promosse una realizzazione antiestetica sia delle relazioni soggetto-oggetto che di quelle soggetto-

⁸⁴ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, Polity Press, 2017.

soggetto; successivamente promosse la propria versione di estetizzazione, ovvero quella del mondo delle merci. Questo è stato possibile per un duplice motivo: la feticizzazione della merce teorizzata da Marx, per cui i beni non sono più solamente beni d'uso ma diventano oggetti che producono percezioni e sentimenti soggettivi nei confronti del fruitore; e la promozione del lavoro immateriale, ovvero una nuova tipologia di lavoro orientata alla produzione semiotico-sensuale. Se infatti negli anni Venti il fordismo ha convertito l'economia capitalista al consumo di massa, il postfordismo degli anni Settanta ha trasformato gli oggetti di consumo in veicoli portatori di stile di vita.

Essendo la modernità una fase caratterizzata da un'estensione storicamente eccezionale dell'invenzione, della produzione e della distribuzione di nuovi artefatti, diviene di fondamentale importanza considerare l'espansione dell'oggetto come agente estetizzante. Tale espansione comprende, ci ricorda Reckwitz, tanto gli oggetti di consumo quanto gli oggetti tecnici, il mondo naturale ed architettonico, gli oggetti d'arte e di design, così come le immagini e i suoni.

L'ultimo agente estetizzante che riconosce il sociologo tedesco è rappresentato dalla centratura del soggetto. Oltre, infatti, all'espansione del mondo oggettuale, nel contesto modernista avviene anche un accentramento delle pratiche e dei discorsi socioculturali sul soggetto umano. L'avvento di nuove scienze umane come la psicologia, dimostrano come il processo di soggettivazione, con le sue nuove modalità, orienti l'individuo verso una concentrazione sul sé come entità indipendente. Se da un lato questa soggettivazione ha portato ad un effetto moralizzante e disciplinante dell'individuo, promuovendone la desensibilizzazione e la neutralizzazione degli affetti, dall'altro il fenomeno di interessamento culturale verso il sé ha veicolato maggiore importanza alle percezioni sensuali, ai piaceri e alle emozioni che poi indussero ad una vasta gamma di esperienze estetiche nell'interazione con sé stessi e con gli altri.

2.2.2. Regime del nuovo

Come già enunciato, la razionalizzazione dominante e il conseguente dilagamento del processo di de-estetizzazione che ha caratterizzato la modernità, è stato contrastato da formati di estetizzazione eterogenei. Raymond Williams è convinto che il complesso creativo segni la cultura dominante della società contemporanea estetizzata. Reckwitz stesso, riconosce che a partire dal XX secolo il dispositivo creativo abbia apportato una versione di estetizzazione estremamente pervasiva, tanto che elementi estetici precedentemente sparsi e marginali vengono trasformati in forme che conferiscono loro ampio riconoscimento. Ciò che rende l'idea del dominio del complesso creativo è il fatto che pur esistendo - sia nel modernismo che nel tardo-modernismo - forme estetiche che sfuggono al campo della creatività, esse vengono considerate come aspetti culturali residuali, come delle controculture, che presentano criteri estetici alternativi all'orientamento creativo. La grande trasformazione che la creatività ha imposto nella società riconduce alla costruzione di un regime estetico del nuovo. Il dispositivo creativo riesce ad imporre un regime di attenzione che porta gli individui a sviluppare continuamente l'interesse per nuovi stimoli. Però, a differenza della teoria razionalista di Weber, nel quale il regime razionale e programmatico veniva imposta in maniera coattiva, usufruendo del potere istituzionale ed economico esercitato nei confronti degli individui subordinati, l'efficacia del complesso creativo riesce a fare in modo che siano gli stessi individui a maturare un'esigenza del nuovo. L'etica produttiva che sottende tutto il funzionamento dell'apparato creativo è da riscontrare nella figura del creativo, in qualità di soggetto o istituzione, il quale è investito della responsabilità di produrre l'esteticamente nuovo. In sintesi, la creatività non fa altro che riferirsi ad una forma estetica di produzione.

Effettivamente, come riconosce Reckwitz, il dispositivo creativo costituisce un crocevia tra il processo di estetizzazione e un regime sociale del nuovo. Al proprio interno possono essere riconosciute due forze motrici: il principio di innovazione dinamica, già esistente come caratteristica distintiva del capitalismo organizzato; e la figura del soggetto come produttore creativo modellato sull'artista⁸⁵. Dunque, oltre a rifarsi alla produzione di

⁸⁵ *Aesthetic Capitalism*, Elena Beregow, in *The Creativity Complex A Companion to Contemporary Culture*, Transcript, 2018.

qualcosa di nuovo come stato permanente e attribuire la questione del nuovo al soggetto creativo, è in grado di modellare la forma estetica sull'interazione produttore-destinatario, dove quest'ultimo, rappresenta il sensibile estetico del pubblico. Infatti, il fascino estetico necessita che un pubblico riconosca la novità del nuovo e si lasci influenzare da esso. In effetti, parlare in termini oggettivi del concetto di nuovo può risultare aleatorio: esso dipende piuttosto da principi di valutazione che riescono a concentrare la diagnosi del nuovo mediante lo scarto con il vecchio. Ma il destinatario, o per meglio dire, il consumatore in ambito creativo presenta nette differenze con il consumatore tradizionalmente concepito. In questo ambito, il destinatario/consumatore rappresenta un soggetto che, confrontandosi con l'oggetto o con l'artefatto, esibisce un atteggiamento che si manifesta nella percezione estetica, sensoriale e nell'eccitabilità emotiva⁸⁶. Niklas Luhmann credeva che il dispositivo creativo avesse costruito una forma di pubblico differente rispetto alla partentesi modernista. In esso, infatti, il pubblico tendeva a concentrarsi su ciò che osservava, riceveva e utilizzava, non in atteggiamento di elaborazione delle informazioni, bensì elaborando stimoli simbolici, sensuali ed emotivi. Luhmann continuò la sua trattazione affermando che il pubblico creativo fosse stato realmente interessato all'estetica, e di conseguenza, essa avrebbe avuto un ruolo guida nella trasformazione della modernità sociale. Questo discorso ricorda la posizione di Abruzzese riguardo al ruolo del pubblico-massa rispetto ai prodotti estetici, in netto contrasto con il totale assoggettamento del pubblico al marketing che invece riconosceva Stiegler.

Quindi, tutto porta a pensare che, a differenza dello stato dell'arte borghese, nel XX secolo si dipanò una tendenziale convergenza tra produttori e destinatari in ambito estetico, tanto che Reckwitz giunge ad affermare che «the ideal subject of the creative device is represented - alternately or even simultaneously - by the spectator and the producer of new aesthetic stimuli»⁸⁷. Detto ciò, risulta difficile pensare che il principio di adozione del nuovo sia ad appannaggio esclusivo della tardo-modernità, quanto semmai rappresenta una predisposizione sociale che deve esser fatta risalire ben prima. Reinhart Koselle riconosce questa tendenza di orientamento verso il nuovo come una caratteristica della modernità a partire dal XVII secolo. Orientarsi al nuovo significa anzitutto sviluppare uno

⁸⁶ *Consumer Culture & Modernity*, Don Slater, Polity press, 1997

⁸⁷ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, Polity Press, 2017.

schema temporale che distingue radicalmente il passato dal presente e dal futuro, e che tenda a rigettare il vecchio in favore del nuovo. Questa proiezione non ha solamente un carattere temporale, ma anche una valenza fenomenica e sociale. Infatti, i regimi del nuovo non solo si orientano al nuovo, ma cercano in tutti i modi di promuoverlo; quindi, si rendono vere e proprie forze attivatrici in senso sociale. Con grande lucidità, Boris Groys evidenzia come, nella modernità, il nuovo non sia derivato più da una dipendenza passiva e involontaria dal corso del tempo, piuttosto quanto questo sia emerso dall'esigenza di una consapevole strategia che ha dominato la cultura della modernità. Perciò la creazione del nuovo non può essere più considerata come espressione della libertà umana, bensì come rappresentazione stessa del paradigma culturale occidentale. La domanda del nuovo è una condizione che tutti gli individui devono soddisfare per ottenere il riconoscimento culturale che desiderano. Groys continua la sua trattazione del nuovo, giungendo a definirlo come disposizione inevitabile. Infatti, in «On the New» scrive:

The new is inescapable, inevitable, indispensable. There is no path leading beyond the new, for such a path would itself be new. There is no possible way of breaking the rules of the new, for these rules demand, precisely, to be broken. In that sense, the requirement to innovate is, if one likes, the only reality manifested in culture. For what we understand by 'reality' is the inescapable, inevitable, indispensable. Innovation is reality insofar as it is indispensable. Hence it is not things themselves, ostensibly hidden beneath their cultural descriptions and representations, which are real, so that one has to clear a path to them or penetrate them. Rather, the interrelations between cultural activities and products are real – the hierarchies and values that make our culture what it is. The quest for the new manifests the reality of our culture precisely when that quest is freed of all ideological motivations and justifications, and when the distinction between true, authentic innovation and untrue, inauthentic innovation is dropped.

Groys si chiede quale sia il reale scopo del nuovo. Riprendendo le considerazioni di Nietzsche, giunge ad affermare che il valore di un'opera culturale non è tanto determinata dalla sua relazione con la realtà extra-culturale, quanto dalla relazione con altre opere. Questo perché, viene rigettato l'assunto secondo cui il desiderio del nuovo non sia altro che la rappresentazione del desiderio di verità. Una condizione questa, che porterebbe inevitabilmente a rendere l'opera culturale superflua, perché è proprio l'inaccessibilità alla verità a rendere possibile la questione del valore e della novità. L'opera culturale, in

quanto novità, non può essere portatrice di verità, non può rivelare il nascosto, poiché questo costituirebbe una contraddizione nella sua stessa natura. La verità ci mette di fronte ad una scelta impossibile tra un significato assoluto e la totale assenza di significato, ed entrambi renderebbero superflua l'opera stessa. Rigettare quindi l'assunto del nuovo come strumento svelatore di verità, permette di considerare l'innovazione come parte di un processo in cui tutto è aperto fin dall'inizio, non nascosto, visibile e accessibile. L'innovazione non opera mai con questioni extra-culturali, piuttosto con gerarchie e valori culturali. Essa non consiste con l'emersione di qualcosa che prima era nascosto, ma con la rivalutazione di un valore che è sempre stato visto e conosciuto. D'altronde il valore di un'opera culturale originale e innovativa è ancora principalmente definito dalla sua relazione con la tradizione culturale, anche nel momento in cui il suo allontanamento da essa, viene giustificato con riferimento alla sua verità, quindi alla sua relazione con il reale. Questa riflessione porta Groys a riconoscere che la domanda del *nuovo* appartenga alla categoria dei vincoli economici determinata dalla vita e dalla società nel suo insieme.

L'interesse alacre degli individui al concetto di sorpresa e novità - derivante dall'espansione e l'intensificazione dell'estetico, in un contesto culturale in cui i cittadini emergono come consumatori con più tempo libero e maggiore potere d'acquisto, posti in relazione alla nuova squadra dei 'creativi' - può essere ricondotto a quello che Hannah Arendt definiva una perversione della promessa marxista di liberazione. La filosofa tedesca credeva infatti che la speranza che ispirava la dottrina marxista - alla quale si appoggiarono i movimenti operai, ovvero l'emancipazione dell'uomo tramite l'appropriazione del tempo libero, che avrebbe reso libero l'individuo socialmente e politicamente impegnato - si sia in realtà rivelata speciosa data l'evidente attrattività del consumo.⁸⁸

Detto ciò, Reckwitz riconosce tre differenti strutture di regime del nuovo: il nuovo come palcoscenico, il nuovo come aumento e superamento, e il nuovo come stimolo. Ma va oltre, affermando che ognuno di questi regimi sia allineato perfettamente ai tre modelli di modernità che si sono susseguiti, rispettivamente la modernità della perfezione, la modernità dei forti e la modernità estetizzata.

⁸⁸ *Vita activa*, Hannah Arendt, 1958, trd. Ita. Sergio Finzi, Bompiani Editore, 2019.

Il nuovo come palcoscenico è caratteristico della vecchia disposizione giuridico-morale della modernità, orientata verso la regolamentazione di diritti e norme. In esso venne esplicitato lo sforzo che il nuovo effettuava per il raggiungimento dell'ordinamento razionale, abbandonando totalmente il vecchio, si poneva come istanza assolutamente rivoluzionaria. In questo ambito, appare chiaro il passaggio dall'apparato tradizionale allo Stato legale, alla burocrazia formale, al socialismo, all'auto illuminazione morale, ma anche all'architettura funzionalista. L'obiettivo di questo regime del nuovo era il raggiungimento di un nuovo stadio politico e morale che, una volta raggiunto sarebbe dovuto essere perfezionato da parte di soggetti e oggetti volti al perpetuo nuovo.

Differente è il secondo regime estetico, quello del nuovo come aumento e superamento. In questo contesto, lo scopo perseguito era la produzione permanente del nuovo in un futuro infinito. Allo stesso tempo, esso rappresentava un modello orientato alla prosperità, infatti il concetto di aumento presenta un significato sia quantitativo che qualitativo. La cosa che contraddistingueva questo regime è il fatto che l'atto individuale del nuovo contenga al proprio interno tanto la richiesta normativa di miglioramento, quanto che tale richiesta sia una sequenza potenzialmente infinita. Proprio per questo, i soggetti e gli oggetti appartenenti a questo regime lottarono costantemente per il progresso, graduale o improvviso che sia. Perciò emblematico di questo regime sono tanto le innovazioni economiche sul mercato e lo sviluppo tecnico-scientifico, quanto le istanze delle avanguardie novecentesche.

Si giunge quindi al terzo regime, quello del nuovo come stimolo, il quale plasma il dispositivo creativo. A differenza del precedente, questo regime del nuovo non è caratterizzato da una propensione al futuro, ma piuttosto da un momentaneo fascino estetico del presente. Non interessa più la progressione volta al superamento, ma il movimento stesso, ovvero la sequenza di stimoli, la realtà sensuale-affettiva che viene continuamente intercambiata. Ciò che è nuovo è determinato quindi dalla sua deviazione come qualcosa di diverso da ciò che risulta identico. Reckwitz parla di una «gradita deviazione dal solito»⁸⁹. Perciò si tratterà sempre di una ricerca verso il relativamente nuovo che non segnerà mai una rottura strutturale con il vecchio. Però, l'aspetto che più di tutti caratterizza il nuovo come stimolo è il fatto che esso sia esplicitamente riferito al

⁸⁹ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, pp. 40, Polity Press, 2017.

sensuale e al semiotico. Tale ricerca del nuovo non è più mossa da rivoluzioni politiche o dall'invenzione tecnica, bensì dalla creazione di oggetti e atmosfere che stimolano i sensi e i sentimenti, come avviene nel mondo artistico.

La riflessione intorno a quest'ultimo paradigma del nuovo, porta Reckwitz ad affermare che «L'estetizzazione del dispositivo creativo ha quindi una forma paradossale: è una normalizzazione estetica»⁹⁰. La struttura normalizzatrice di cui parla Reckwitz è sicuramente differente sia da quella proposta da Foucault nella sua teoria di governamentalità, sia dal 'normalismo' proposto successivamente da Jurgen Link, il quale, convinto che lo strumento normalizzatore foucaultiano fosse stato tradotto in modo errato, distingueva due forme di normalismo: il 'protonormalismo' e il 'normalismo flessibile'. Mentre il primo, apparso già nel XIX secolo, manifestava una struttura fortemente rigida e rappresentava il condizionamento manipolativo progettato per standardizzare il comportamento degli individui, il 'normalismo flessibile' cominciò ad emergere dagli anni Sessanta del Novecento, nel quale non erano più previste leggi e divieti, al contrario, presentandosi molto più flessibile, permetteva e riconosceva una maggiore gamma di comportamenti normali.⁹¹

Perciò, la normalizzazione estetica, presenta elementi differenti rispetto alle teorie normalizzatrici che l'hanno preceduta. Effettivamente il sistema della creatività è un sistema sociale la cui funzione sembra contraria ad un movimento normalizzante. Invece di avere un carattere universale, le norme che sottendono il complesso creativo sono classicamente definite in termini di deviazione da qualche standard. Esso, infatti, basa il proprio funzionamento proprio sulla promozione del nuovo, del sorprendente, dell'imprevedibile, cioè tutte quelle deviazioni dallo standard e dal solito, premiando tutti coloro che riescono ad eccellere in questo virtuosismo. Nonostante questa contraddizione strutturale, è proprio in questo passaggio che avviene la paradossale normalizzazione estetica. Come ribadisce il filosofo Emanuel Alloa nel sistema sociale dominato dalla creatività è proprio la deviazione dalla norma a diventare la norma, e questo genera un nuovo grado di complessità perché la creazione e la ricezione del nuovo diventano in

⁹⁰ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, pp. 40, Polity Press, 2017.

⁹¹ *Standard Deviation: An Interview with Jürgen Link. Modernity and the reign of normalism*, Mihan & Haakenson, Cabinet Magazine, 2004.

questo modo oggetto di simulazione, previsione e pianificazione. Egli continua la sua invettiva affermando:

The dominant expectations in the creativity dispositif are those of a second order, which privilege the element of surprise. As a matter of fact, deviation from the norm applies not only to the consumer world but also to other individuals. If eccentricity combines with efficiency, then differentiation becomes the paradoxical new imperative. Differentiating oneself, setting oneself apart, standing out from the crowd – these distinction mechanisms are no longer reserved for a sociocultural elite, but rather inter vene in every sector of society. This process is reflected in the march of a new economy, which stands under the sign of the “mass original”: unique items that are mass-produced for the “conforming nonconformist” to stand out from the rest. The situation presents the subject with the alternatives, “Be distinct, or extinct!” – as Tom Peters, one of the central names in the discourse of self-marketing, put it in his Brand You Survival Kit.

Perciò il principio normalizzatore della creatività racchiude in sé un evidente paradosso, poiché per soddisfare l'onere della prova richiesto dal complesso creativo, esemplificato nel dimostrare il potere di creare, conferito dalla creatività stessa, sarebbe necessario discostarsi dalla normalizzazione della stessa. Al tempo stesso, pensatori come John Dewey erano convinto che la creatività, solitamente, si manifestasse più nell'abitudine che contro di essa. Egli credeva che la creatività si ritrovasse generalmente non tanto nella pratica diversa, quanto nella pratica abitudinaria svolta in modo diverso. Per dimostrare questo assunto, Dewey racconta come i violinisti brillanti difficilmente reinventerebbero il loro stile ogni volta, ma al tempo stesso, la loro arte non si limita alla padronanza virtuosistica dello strumento. Essi posso usufruire di un know-how incarnato, potendolo evocare alla cieca, e contemporaneamente, le loro interpretazioni di un concerto possono essere rivalutate dal pubblico come altamente espressive o persino radicalmente nuove⁹².

La pensa in modo differente Alloa, secondo cui la creatività non potrà mai esimersi da un principio di improvvisazione, qualcosa può essere considerato *creativo* solo nella misura in cui accade almeno in parte di sfuggita, casualmente. Per questo motivo il concetto di creatività abituale porta con sé una contraddizione in termini.

⁹² *Natura e condotta dell'uomo. Introduzione alla psicologia sociale*, John Dewey, La Nuova Italia, 1968.

Perciò, concepire un sistema socioeconomico le cui fondamenta si radicano sul principio creativo e del nuovo, costruisce ambiguità potenzialmente autodistruttive. A maggior ragione in un'economia creativa, la quale ha necessariamente bisogno della novità come fattore di vendita, che a sua volta si scontra con il problema per cui la novità non potrà mai essere riconosciuta subito. Inoltre, affinché un atto creativo si converta in capitale economico e simbolico, non è sufficiente che venga riconosciuto come tale, ma anche che esso rimanga riconoscibile a lungo termine. Costruire i presupposti per intrecciare la creatività ad un contesto esperienziale abituale, che assicurerebbe la sua routinaria capitalizzazione, porta inevitabilmente il rischio di banalizzazione della stessa.

In conclusione, la normalizzazione come principio regolarizzante è una prerogativa del capitalismo estetico caratterizzato dalla creatività. La problematicità della questione risiede nel fatto che la genesi di questo nuovo paradigma emerga proprio mediante una retorica opposta: la possibilità di reinventare e reinventarsi continuamente, che sfocia nell'autorealizzazione del sé; e le infinite possibilità di differenziare i modi di vita. Basti pensare al fatto che i concetti di differenziazione e singolarizzazione, principi fondativi dell'emancipazione dei soggetti, siano diventati i meccanismi centrale dell'economia di mercato. Felix Guattari affermava che la creazione continua, senza il vantaggio di alcun supporto teorico prestabilito, potrà difficilmente possedere la stessa direzione critica delle condizioni di produzione ultra-flessibili⁹³, caratteristiche del nuovo assetto capitalistico.

In ogni caso, non vi è alcun dubbio nell'affermare che il sistema creativo si aspetti dal soggetto non solo il possesso di un impulso post-romantico per l'autoformazione e l'autostilizzazione, ma che inoltre sperimenti questo tipo di impulso come un imperativo. Nonostante tutta la retorica anti-normativa di cui è stato fregiato il dispositivo creativo, risulta evidente quanto il complesso creativo sia attraversato da una fonte normativa i cui effetti tendono ad acuirsi in modo esponenziale nelle società contemporanee, ancor di più nelle loro conseguenze patologiche.

⁹³ *Chaosmosis an ethico-aesthetic paradigm*, Felix Guattari, trd. Paul Bains and Julian Pefanis, Indiana University Press, 1992.

2.2.3. Dispositivo creativo

Si può senz'altro dire che la nozione di 'dispositivo' costituisca uno dei concetti più essenziali per cogliere e rappresentare non solo il complesso della creatività nella sua interezza, ma anche per articolarne il prolungato sviluppo storico e l'affermazione della svolta creativa. Reckwitz analizza in modo estremamente approfondito il concetto. Nella sua trattazione, il sociologo tedesco è sicuramente debitore della riflessione foucaultiana sul tema del dispositivo. Foucault spiegò come la nozione di 'dispositivo di potere' sarebbe potuta servire per un'analisi radicalmente diversa, che avrebbe permesso la lucida comprensione dei modelli di comportamento umano senza privilegiare il livello delle rappresentazioni. Con il termine dispositivo il filosofo francese individua una «struttura che, in un dato momento storico, ha la funzione primaria di soddisfare un'esigenza urgente»⁹⁴. Esso, quindi, nasce in risposta ad una specifica necessità storica e locale. Nell'analisi foucaultiana, il dispositivo si esprime nell'insieme di tecniche discorsive e concrete di gestione e governo di alcuni elementi. Nella sua teoria delle 'società di sorveglianza', i dispositivi venivano rappresentati da strutture quali, ad esempio, la scuola o la prigione, cioè luoghi concreti in grado di controllare, dirigere e contenere strategicamente le condotte dei soggetti. Più precisamente il dispositivo non è un semplice istituto, bensì comprende un'intera rete sociale di pratiche, discorsi, sistemi di artefatti e modalità di soggettivazione, socialmente dispersi che, pur non completamente omogenei, sono tuttavia coordinati in modo identificabile da determinati ordini di conoscenza. Il dispositivo ha quindi un potere trasformativo, diretto allo stesso tempo contro altri dispositivi e discorsi, strutture sociali e sistemi di vita, che cerca di sostituire. Esso è in grado di oltrepassare i confini sociali tra i singoli ambiti e le singole istituzioni, funzionando in una rete di pratiche e discorsi molto differenti tra loro. Giorgio Agamben, nella sua rilettura del dispositivo foucaultiano va oltre, affermando che i dispositivi non danno più luogo ad un'ulteriore mutazione del soggetto stesso – con cui intende la simbiosi tra gli individui e i dispositivi – attraverso quel processo che egli chiama di 'desoggettivazione'⁹⁵, ma ad una evanescenza del soggetto, il quale si ritrova direttamente inglobato dal dispositivo. Secondo il filosofo Sverre Raffnsøe, in altri contesti ancora, la

⁹⁴ *L'ordine del discorso*, Michel Foucault, 1971, trd. Ita Einaudi, 2014.

⁹⁵ Con 'desoggettivazione' Agamben intende riferirsi al mutamento provocato dalla simbiosi dell'individuo con il dispositivo che ha ormai catturato, orientato, intercettato, modellato, controllato e assicurato i gesti, le opinioni e i discorsi degli esseri viventi.

nozione di dispositivo è stata concepita come strumento diagnostico, il quale consente di cogliere le linee guida reciproche trasversali della società, sovraordinate e ampiamente diffuse, che via via che si stabiliscono, lasciano un segno indelebile nelle interazioni e, soprattutto, senza «without eradicating freedom as an important driver of the internal dynamics of the dispositif»⁹⁶. Il filosofo danese denota come il concetto di libertà sia una condizione inevitabile per lo sviluppo e il funzionamento del dispositivo. Esso, infatti, muta e si diffonde come risultato della libertà e dell'insubordinazione, e al tempo stesso, è dotato della capacità di influenzare i partecipanti al gioco sociale, al punto da farli diventare inclini a comportarsi in un determinato modo.

Ora, tornando alla questione dell'urgenza foucaultiana, la quale permette al dispositivo di insediarsi, sarebbe importante capire quale sia stata quella che a cui ha sopperito il dispositivo creativo. Reckwitz la riconosce nella totale necessità affettiva covata durante il razionalismo della modernità organizzata. Quindi i processi già esaminati - di industrializzazione, di ascesa del capitale, di oggettivazione formale e di separazione tra il soggetto e l'oggetto, in altri termini, tutto il processo di de-estetizzazione - causando l'atrofia e l'inibizione delle percezioni e degli affetti sensuali dinamici, provocarono una reazione che si tramutò nella riscoperta della cultura dell'affetto. La retorica utilizzata dal germe creativo è stata che la modernità organizzata abbia sistematicamente soppresso gli affetti che altrimenti avrebbero fornito agli individui motivazione e realizzazione sociale. Perciò i processi di estetizzazione incarnati dal dispositivo creativo sono stati il tentativo di superare tale soppressione. Il sociologo tedesco, nella sua analisi del dispositivo creativo, svela il processo di sistematicità normativa in cui la libertà non viene riconosciuta esclusivamente come una spinta cruciale implicita. In tal contesto, infatti, la pressante richiesta che viene posta al soggetto riguardo il superamento degli ostacoli e delle limitazioni, allo scopo di emanciparsi e creare il *nuovo*, iniziarono esplicitamente a figurare come il nucleo stesso su cui la nuova organizzazione sociale sembrava incentrarsi. Per questo motivo il dispositivo creativo rappresenta di per sé un ossimoro. Seguendo la riflessione effettuata precedentemente riguardo al regime del nuovo, il dispositivo creativo si esaurisce nel paradossale imperativo o obbligo di creare e innovare liberamente. Raffnsøe riconosce che il dispositivo creativo letto da Reckwitz non si

⁹⁶ *Dispositif*, Sverre Raffnsøe, in *The Creativity Complex A Companion to Contemporary Culture*, Transcript, 2018.

traduca solo nell'istituzionalizzazione della libertà, ma raggiunga la sua apoteosi nella propagazione di un'aspirazione istituzionalizzata e nell'obbligo di diventare liberi.

Ad un certo punto della trattazione, Reckwitz si discosta dall'analisi di Foucault, in quanto, crede che la caratteristica centrale dei dispositivi sociali sia la loro affettività sociale. Perciò, a differenza del filosofo francese, trova nel carattere affettivo la motivazione che spinge gli individui ad inserirsi in queste forme sociali, dato che queste diventano attrattive e appaganti, o almeno, tendono a sembrarlo.

Il filosofo Jörg Metelmann esprime delle perplessità riguardo al significato che Reckwitz offre al concetto di affettività. Perché facendo riferimento a figure come Weber, Marx, Durkheim e alla teoria critica in generale, giunge ad evocare uno dei principali dogmi della modernità, ovvero la separazione tra corpo e mente, ragione e sentimento, cognizione ed emozione. A questo punto l'unica area semantica in cui diventa possibile circoscrivere la propria concezione di affetto sta nell'inaddomesticato, l'irrazionale, l'altro rispetto al concettuale e al materiale. Perciò se il punto nevralgico dell'analisi del sociologo tedesco è da riscontrare nella mobilitazione della resistenza contro la strumentalizzazione sistematica del mondo nella modernità organizzata, allora sembra dare priorità all'estetica non teleologica rispetto agli affetti non addomesticati o transitori. Questo lo porta, secondo Metelmann, a far spesso coincidere il concetto di 'affetto' con quello di 'emozione' che, utilizzati quasi come sinonimi, portano a ridurre eccessivamente il discorso che questi scaturiscono, tanto che egli scrive:

If we understand the term 'affect' as a transitory field of forces, as the opposite of social codification – as would be suggested through recourse to Deleuze/Massumi and to some degree Elias – then the strategic theoretical position would remain, in my view, too weak, on account of being underdetermined. I rather think that the “zone of affective concentration” must be understood as nodes of emotions or a scenario of feelings, that is, as a field of feelings that each have a history and a context-specific performativity.⁹⁷

È interessante vedere quali siano le peculiarità che Reckwitz riscontra nel dispositivo creativo e che lo differenziano dalle altre forme di dispositivo. Egli afferma che ciò che rende così efficace il dispositivo della creatività, nella forma in cui si è sviluppato a partire

⁹⁷ *Affect Culture*, Jörg Metelmann, in *The Creativity Complex. A Companion to Contemporary Culture*, Timon Beyes, Jörg Metelmann, Bielefeld, 2018.

dagli anni Ottanta del Novecento, sia da riconoscere nel fatto che comprenda processi e disposizioni in diversi ambiti sociali che, sviluppati inizialmente in modo indipendente l'un dall'altro, si sono successivamente connessi all'interno della rete, per poi diffondersi a macchia d'olio. All'interno del dispositivo creativo si possono infatti riconoscere elementi provenienti dalle sottoculture estetiche, dal campo dell'arte, dai discorsi psicologici riguardanti la creatività umana, dalla filosofia del vitalismo oppure dalle forme di lavoro postindustriali. Questo specifico dispositivo ha la capacità di contenere al proprio interno i contesti tipici degli artefatti, «from digital data streams to gentrified city districts, as well as corresponding forms of subjectivation of the creative worker or global urban tourist»⁹⁸.

Secondo Reckwitz la genealogia del dispositivo creativo presuppone quattro fasi. Nella prima fase, quella definita preparatoria, che va dalla fine del XVIII secolo fino alla fine del XIX secolo, vengono costruite le basi per la nuova vita sociale. Questa fase si implementò essenzialmente nel campo sociale dell'arte. Infatti, l'affermazione dell'originalità dell'artista/produttore si allineò all'affermazione di un pubblico borghese. In tal senso l'archetipo dell'opera creativa acquisì la sua forma caratteristica nella creazione della novità estetica. La seconda fase, che rappresenta quella della cristallizzazione del dispositivo creativo, si estese dall'inizio del XX secolo fino agli anni Sessanta dello stesso. Essa può analizzata come una fase di incubazione, ovvero il momento nel quale il dispositivo si è formato. I nuovi pattern socioculturali emersero in vari ambiti, in formati piccoli, frammentati e sparsi, i quali iniziano ad imporre una pratica orientata all'esteticamente nuovo e alla sua produzione creativa. Il periodo che va dall'inizio degli anni Sessanta fino alla fine dei Settanta è quello caratterizzato dalla terza fase, definita del consolidamento, che ha messo in crisi i caratteri del dispositivo creativo. Se infatti nella fase precedente le nuove variabili socioculturali si esplicitavano in nicchie sociali sparse e frammentate, adesso queste presero la scena, iniziando ad attirare molta attenzione su di sé. È ovviamente il caso dei movimenti di protesta studenteschi, operaisti e femministi che, radicalizzandosi, iniziarono a costituirsi come reali alternative in opposizione alle forme socioeconomiche dominanti. Invece, nella quarta e ultima fase, iniziata negli anni Ottanta, il dispositivo creativo ha raggiunto un potere egemonico, e questo, servendosi dell'influenza delle industrie creative, della psicologia della creatività, dello star system

⁹⁸ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, pp. 45, Polity Press, 2017.

espanso, dell'arte postmoderna globale e della pianificazione politica delle città creative. A questo punto il dispositivo creativo sembra ormai essersi completato e capace di portare a compimento il proprio dominio culturale.

2.3. Economia creativa

Rimane da capire come il dispositivo creativo e la relativa estetizzazione siano riusciti a implementare, all'interno del più ampio capitalismo estetico, un nuovo sistema economico: l'economia creativa. In questa sede sarà utile seguire le tesi sostenute nel paragrafo precedente, dove al capitalismo in continua espansione analizzato da Marx si contrappone la tesi, quasi cinquant'anni più giovane, del capitalismo organizzato di Weber. Quindi, la riflessione weberiana sul capitalismo vedeva l'economia come una macchina razionale, estremamente regolamentata, il cui apparato era suddiviso in singole parti standardizzate, altamente funzionanti, che trovava la sua massima espressione nel taylorismo. Le pratiche economiche a cui si riferiva Weber si presentavano come lungi dall'essere orientate al nuovo. Esse infatti, una volta innestate, tendevano a ripetere sistematicamente la stessa procedura, lo stesso artefatto, cioè, tendevano a riprodurre regole sociali e organizzative che potessero assicurare una produzione e una distribuzione dei beni altamente standardizzata. Leggendo l'analisi weberiana, risulta evidente quanto essa si allontani dalla critica al capitalismo esposta da Marx alcuni decenni prima. Nella tesi di Marx emerge un quadro totalmente differente, dove le pratiche economiche erano esclusivamente volte ad una dinamica innovativa infinita, in una perpetua sostituzione del vecchio con il nuovo. Una tendenza che Schumpeter definì successivamente come 'distruzione creatrice', tramite cui l'economista austriaco descriveva il «processo di mutazione industriale che rivoluziona incessantemente la struttura economica dall'interno, distruggendo senza sosta quella vecchia e creando sempre una nuova»⁹⁹.

In una brillante riflessione, Reckwitz sostiene che la tesi marxiana e quella weberiana siano in realtà complementari ed esprimano un doppio paradosso caratteristico di quella che è stato il capitalismo dalla fine dell'Ottocento fino agli anni Sessanta del Novecento. Il primo paradosso riguarda il rapporto cortocircuitale che si venne a costituire tra il funzionamento interno alle organizzazioni economiche e gli effetti esterni derivanti dallo stesso funzionamento. Marx, riconoscendo che il capitalismo non producesse effetti esclusivamente connessi al settore economico - bensì che contribuisse anche alla produzione di fenomeni socioculturali imprevedibili, esterni alle istituzioni economiche -

⁹⁹ *Capitalismo, socialismo e democrazia*, Joseph A. Schumpeter, 1942, trd. Ita. a cura di Adelino Zanini, Meltemi Editore, 2023.

riuscì a riconoscere alcuni fenomeni che stavano emergendo all'interno della società dell'epoca: la reificazione della vita quotidiana, l'emergere di nuove disuguaglianze sociali, l'indebolimento del dualismo di genere. Perciò, al funzionamento standardizzato dell'apparato economico, caratterizzato dalla razionalità tecnico-formale individuata da Weber, erano associati tutta una serie di fenomeni sociali inaspettati e improvvisi, legati tra loro da un forte rapporto di dipendenza. D'altro canto, anche la struttura interna di tale organizzazione era suddivisa in due parti, dove la produzione del nuovo deteneva il suo spazio isolato e interamente dedicato alla produzione dell'innovazione tecnologica. Perciò l'organizzazione aziendale si svolgeva in differenti dipartimenti, da un lato la produzione del nuovo, legata ad ambiti naturalistici e ingegneristici, mentre dall'altra, aveva sede tutto il funzionamento produttivo e amministrativo. In questo modo, il capitalismo poteva essere innovativo nella sua forma altamente organizzata, senza essere influenzato dalla natura burocratica e ripetitiva del lavoro produttivo-amministrativo regolamentato. In questo modo si sviluppò il paradosso del nuovo contesto economico della modernità organizzata: una struttura caratterizzata da ripetizione e riproduzione all'interno di organizzazioni, le quali causavano conseguenze indesiderate verso l'esterno economico, che si tramutava in fenomeni sociali imprevedibili, e allo stesso tempo, tale struttura era collegata all'interno delle organizzazioni con dipartimenti sociali dedicati alle innovazioni tecniche. Perciò questo è il fordismo, nel senso gramsciano del termine, ovvero una struttura economica sorta su un presupposto di simbiosi tra capitalismo e innovazione tecnica. È questo studio che porta Reckwitz ad affermare che il complesso di creatività sociale dovesse essere inteso come «historically unprecedented manifestation belonging to the last third of the twentieth century, in preparation since the late eighteenth century and accelerating markedly since the early twentieth century»¹⁰⁰.

Quindi, da questa trattazione risulta evidente quanto il presupposto orientamento verso il nuovo pervadesse anche il sistema fordista. Il punto è capire se si potesse già parlare di economia estetica, seppur ad uno stadio primordiale. Sicuramente il connotato estetico in generale, e più precisamente creativo, è esplicitamente apparso dagli anni Settanta, quando il fordismo, collassando su sé stesso, cedette il posto a nuove strutture economico-industriali. Si giunge quindi a quello che Claus Offe definisce 'capitalismo disorganizzato', o in altri termini, al sistema post-fordista, così com'è stato coniato da Piore e Sabel. Infatti,

¹⁰⁰ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, Polity Press, 2017.

come ricorda Timon Beyes la vecchia cultura economica è sempre stata rappresentata con l'immagine di una macchina non eccezionalmente sensuale e in gran parte priva di affetti. Essa sarebbe diventata aperta alle pratiche estetiche e al lavoro estetico solo a partire dall'enfasi posta sulla creatività negli anni Settanta e Ottanta. Se infatti i presupposti del nuovo erano già presenti, non sembrava comunque esserci spazio per una particolare attenzione posta sulla creatività nel «gioco estetico autoreferenziale»¹⁰¹.

Però, la distinzione deve essere tracciata in modo meno netto, perché oggi il complesso organizzativo del capitalismo estetico contiene elementi di pratiche economiche ed estetiche che già si erano sviluppate all'interno del modello fordista nelle sue modalità formali-razionali. Secondo lo storico dell'architettura Reinhold Martin, oggi possiamo denotare l'immagine di un panorama organizzativo orientato sia all'estetica che alla tecnologia, il quale si manifesta mediante processi che erano già standardizzati. La novità sta nel fatto che tali processi vengono collegato ad uno spazio di manovra decentralizzato e ad un postulato di autoregolamentazione.

¹⁰¹ *Organization*, Timon Beyes, in *The Creativity Complex A Companion to Contemporary Culture*, Transcript, 2018.

2.3.1. Organizzazione

Fu estremamente sorprendente lo slogan ideato da Joseph Beuys che, negli anni 70, dichiarava «Creatività = Capitale = Arte». Quella che a prima vista poteva sembrare una frase scellerata, evidentemente provocatoria, si è rivelata essere un cenno premonitore. In un'epoca come la nostra, fortemente caratterizzata dall'avvento del capitalismo estetico, per il quale la creatività fornisce l'impulso fondamentale, risulterebbe anacronistico parlare di un'arte come opposta al capitale. Al contrario, esse sono estremamente interconnesse, o almeno, le catene di valore economico si sono appropriate di molti dei punti di forza un tempo ad esclusivo appannaggio della sfera artistica.

La nozione di capitale ha subito una grande trasformazione nel passaggio tra differenti paradigmi capitalistici. Esso è stato emancipato dai suoi forti legami con il denaro e la proprietà, mentre il fattore umano è diventato più nevralgico che mai, e la competenza personale è diventata oggetto di investimento strategico. Emanuel Alloa descrive come il fenomeno del 'trading di opzioni'¹⁰² sia uno strumento esclusivamente speculativo, in quanto rimanda alla pura speculazione intorno a possibilità che superano di gran lunga la realtà. In una nuova economia di mercato della potenzialità, risulta evidente che la creatività abbia assunto lo status di competenza chiave. Reckwitz sostiene che la creatività sia diventata un elemento nevralgico nella conquista del vantaggio competitivo sul mercato, ma la relazione vigente tra capitale e creatività non rappresenta una novità nel campo dell'economia teorica. Già Marx riconosceva forme di creatività nel capitale, nella misura in cui è in grado di sfruttare sé stesso. Il capitale creativo crea plusvalore da sé stesso, però in un'ottica esclusivamente numerica, in una sorta, afferma Alloa, di partenogenesi monetaria, che permette al capitale di estrarre ancora di più da sé stesso, in un processo di autogenerazione che rimane sterile. Lo stesso Nietzsche, in «Umano, troppo umano», descrive il processo di creazione artistica come una forma di gestione dell'energia, che dopo l'accumulo di sufficienti riserve potrà alla fine creare un eccesso inaspettato. Come se la gestione di queste energie rappresentasse uno stock di capitale, senza il quale, qualunque ispirazione rimarrebbe impotente. Il filosofo tedesco era convinto che qualunque lavoro artistico non avvenisse mai dal nulla, ma la sua

¹⁰² *Capital*, Emanuel Alloa, *The Creativity Complex A Companion to Contemporary Culture*, Transcript, 2018.

realizzazione, avrebbe avuto bisogno di una determinata quantità di lavoro già accumulata.

Detto questo, ciò che emerge dall'analisi contemporanea dell'economia estetica è che, trovandoci in un'epoca segnata dall'imperativo di essere autentici, i segni di appartenenza e i feticci di distinzione non sono più sufficienti. Per essere creativamente, e quindi economicamente credibile, un individuo dovrebbe appropriarsi del capitale immateriale e renderlo abituale, cosicché il concetto di creatività grezza perde pertinenza. La creatività di cui si deve disporre per capitalizzare il proprio sé deve essere elaborata, pianificata, resa tale da poter facilmente essere riconoscibile dagli altri individui e dal mercato.

Quest'evoluzione stravolgente del capitale e conseguentemente del sistema economico che ne deriva, secondo Reckwitz, è avvenuta per mezzo di una profonda trasformazione di quella che è l'organizzazione, cioè l'insieme di norme e strumenti che permettono il funzionamento del dispositivo creativo e spianano la strada al processo di estetizzazione. Da una lettura genealogica dell'organizzazione, emerge, come già detto, che intorno e all'interno dell'economia fordista fossero già esistite pratiche di economia estetica, le quali, dall'inizio del Novecento, iniziarono gradualmente a svilupparsi. Reckwitz crede che l'estetizzazione dell'economia non rappresentasse la mera reazione alla crisi economica e finanziaria degli anni Settanta, in cui la saturazione sul mercato dei beni divenne evidente, quanto più lo sviluppo di tutta una serie di fattori socioculturali che trasformarono completamente il capitalismo nelle sue fondamenta organizzative.

Luhmann affermava che senza l'organizzazione non potessero pervenire decisioni socialmente rilevanti o, in altri termini, collettivamente rilevanti. Infatti, come fa brillantemente denotare Timon Beyes, i sistemi, i campi sociali e i dispositivi non potrebbero esistere senza un'organizzazione, perché le decisioni prese dagli individui possono riprodurre un sistema, conformarsi ad un campo o essere ricondotte a un dispositivo, ma tutte queste, rimarrebbero irrilevanti senza una condotta organizzativa. In tal modo, il complesso della creatività dipende in modo rilevante dall'organizzazione, e tanto più è vero, nella misura in cui l'ascesa della creatività è legata all'espansione sociale di episodi e pratiche estetiche, oltre che a una forma di economia basata sulla stimolazione dei sensi e degli affetti. Reckwitz decide di affrontare il principio organizzativo considerandolo come operatore e lubrificante del processo di estetizzazione, quindi come condizione ed effetto dell'estetizzazione sociale nel contesto dell'economia creativa. Nella

sua riflessione, il sociologo tedesco decide di associare l'organizzazione all'economia, e probabilmente questa decisione deriva dalla lettura di Boltanski e Chiappello, secondo cui, l'estetizzazione del sociale «degenera nel regime legittimante dell'economia»¹⁰³. Ne «Il nuovo spirito del Capitalismo» i due autori francesi, tramite l'analisi del concetto di 'critica artistica', teoria che può essere considerata precorritrice delle teorie riguardo i processi di estetizzazione sociale, si chiedono come il processo di estetizzazione e quello di economizzazione possano convivere e alimentarsi vicendevolmente. Infatti, è proprio il capitalismo organizzato che, sempre più estetizzato, diventa la forza trainante dell'estetizzazione. Il punto è sempre lo stesso. A livello organizzativo la necessità più impellente era quella di equilibrare l'ascesa di pratiche autoreferenziali basate sui sensi, con il loro uso e il loro sfruttamento da parte della razionalità strumentale.

Seguendo la rilettura che Beyes offre dell'analisi di Reckwitz, si può riconoscere che il fenomeno di trasformazione dell'organizzazione appaia in tre livelli differenti: sottoforma di contro-movimenti imprenditoriali e artistici; nella struttura interna dell'organizzazione stessa; nel processo di simbiosi creativo-economica tra pratiche estetiche e orientamento economico strumentale. Questi differenti contesti, abitati da pratiche e norme diverse, costituiscono il motore dell'economia estetica. Pur essendo fortemente eterogenei, Reckwitz riconosce che siano strutturati secondo due linee generali di trasformazione, tanto che scrive

...on the one hand, a strand based on the assumption of a fluidity and 'natural power of innovation' of the economic subject and the internal structure of the organisation (entrepreneurial discourse, personality and organisation, innovation economics); on the other hand, a strand based on a pattern of aesthetic work in crafts and in the production of consumer objects and images (arts and crafts, advertising, fashion, design).¹⁰⁴

Reckwitz credeva che non potessero essere sufficienti i postulati dell'economia moderna per spiegare la genesi del dispositivo creativo. Non avrebbe avuto senso analizzare tale genealogia tramite i processi di formalizzazione e razionalizzazione, tantomeno con il marketing. Perché ciò che accade lungo questo percorso durato quasi cento anni, è

¹⁰³ *Il nuovo spirito del Capitalismo*, Boltanski e Chiappello, Mimesis Edizioni, 2005.

¹⁰⁴ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, pp. 133, Polity Press, 2017.

riscontrabile nel dominio dell'estetico, che assoggetta l'economia alla logica affettiva della produzione creativa e della ricezione estetica.

2.3.1.1. I Contromovimenti artisti e imprenditoriali

Il primo livello può essere riassunto nei movimenti civili in opposizione alla modernità organizzata. Secondo Reckwitz, questo fenomeno può essere riconosciuto nel movimento britannico delle arti e dei mestieri e nel nuovo discorso imprenditoriale dei primi anni del Novecento. Come vedremo, questi movimenti possono essere intesi in un rapporto complementare. Entrambi, infatti, acclamarono la necessità del lavoro estetico e dell'innovazione permanente contro il dominio del razionalismo formale in economia.

Il primo sorge in risposta alle Grandi Esposizioni Universali, articolandosi nella costituzione di piccoli collettivi di artigianato, i quali perseguivano obiettivi come l'opposizione diretta alla produzione industriale standardizzata e la promozione di una comprensione alternativa del lavoro e della produzione. Il postulato essenziale del movimento si risolveva nel superamento della differenza tra lavoro e arte, ricorrendo alla tradizione dell'artigianato. Quest'ultimo emerse come un'arte legittima, e richiedeva sia un impegno materiale che uno sforzo intellettuale. Ciò che sorprese del movimento *Arts and Crafts* fu l'insolita, storicamente parlando, attenzione che misero fin dall'inizio sulla triade relazionale creatore-oggetto-utilizzatore, fino ad allora di esclusivo appannaggio del campo dell'arte, trasformandola rispetto alle loro esigenze. Infatti, mentre l'oggetto si trovava al centro di un rapporto simmetrico tra produttore e consumatore e non presupponendo maggiore importanza a nessuna delle parti, venne eliminata dal rapporto la concezione dello scambio del bene. Produttore e consumatore venivano concepiti nella loro posizione rispetto alla materialità dell'oggetto, perciò il produttore come artigiano e il consumatore come utilizzatore. Infine, lavoro e consumo venivano descritti come processi essenzialmente affettivi, entrambe le azioni avrebbero dovuto rappresentare momenti sensualmente sensibili e piacevoli. Il movimento *Arts and Crafts* si modellò sui principi di creazione estetica del Romanticismo, estraendola però dal contesto esclusivo del genio originario e trasferendola nel lavoro di qualsiasi soggetto su un oggetto. Il movimento si pose in estrema avversione alle industrie creative e al capitalismo in generale: rifiutò la produzione industriale standardizzata e rigettò il mercato, con l'intento di produrre singoli pezzi e favorire la cooperazione non commerciale. Questo carattere antagonista lo connota principalmente come un fenomeno subculturale, che oggi può essere riconosciuto come uno spazio culturale sperimentale che ha contribuito a

preparare il terreno per l'avvento dell'economia estetica, principalmente estetizzando il processo lavorativo, i beni e i consumatori.

L'altra forza emergente del movimento anti-modernità organizzata è la figura dell'imprenditore divinatorio di matrice tardo-borghese. La rilevanza del discorso intorno alla figura dell'imprenditore è riconducibile al fatto che esso ha rappresentato il primo tentativo di sviluppare un nuovo modello di soggetto economico, la cui caratteristica principale era quella di portare cose nuove al mondo. La letteratura in ambito annovera influenti personalità, tra cui Sombart, Von Mises e Knight, anche se la più rilevante riguardo la formulazione di questo nuovo modello è Schumpeter, il quale era convinto che la figura dell'imprenditore incarnasse qualcosa di simile all'artista avanguardista. Fino al XX secolo, la riflessione sull'imprenditore si esauriva nella capacità di mettere a lavoro il capitale, o al massimo, nella gestione e supervisione di esso. Adam Smith riconobbe l'imprenditore solo come un utilizzatore di capitale, che esso fosse terra, denaro o lavoro, mentre Jean-Baptiste Say, lo legava ad una funzione di coordinamento del lavoro. Schumpeter invece restituì all'imprenditore la capacità di innovazione. Egli, infatti, credendo che l'innovazione nella produzione e la conseguente produzione del nuovo si ritrovasse nella disposizione intelligente degli elementi, di «cose e forze»¹⁰⁵, affermava che fosse l'imprenditore l'unica figura in grado di poter raggiungere tale risultato. Considerando quindi il nuovo come un processo di risistemazione del vecchio, avvicinò la figura dell'imprenditore a quella degli artisti dell'avanguardia e del postmodernismo. Schumpeter partiva dal presupposto secondo cui la creazione di valore economico dipendesse dal 'superare la tempesta della distruzione creativa', con cui l'imprenditore innovatore, superando crisi e balzi drastici, sarebbe riuscito a raggiungere l'innovazione. In generale, l'assunto da cui parte Schumpeter è che il problema del nuovo sia una responsabilità del soggetto e non dell'organizzazione per intero, tale per cui riconobbe le caratteristiche di cui un soggetto dovrebbe dotarsi per potere rivestire il ruolo dell'imprenditore: un nuovo modo di vedere, una capacità di affermare la propria volontà e un'attitudine affettiva nell'azione.

Questa descrizione permette di distinguere l'imprenditore da altre due figure molto rilevanti, le cui mancanze pongono le basi per l'avvento di questo nuovo soggetto economico: il manager e l'inventore. La distanza dal primo emerge nel connotato culturale

¹⁰⁵ *Teoria dello sviluppo economico*, Schumpeter, 1911, trd. Ita Etas Editore, 2002.

riscontrabile nell'imprenditore, infatti, se il manager appariva come un agente d'esecuzione sul piano tecnico e amministrativo, l'imprenditore veniva presentato come l'autorità dell'imprevedibile creazione del nuovo, immune dalle pretese del padrone burocratico della conoscenza razionale. Al tempo stesso lo scarto con l'inventore emergeva dal fatto che, mentre quest'ultimo sviluppava qualcosa di *nuovo*, l'imprenditore metteva in pratica quel *nuovo* nell'organizzazione del mercato.

L'imprenditore ha quindi assunto una posizione in analogia con il 'genio artistico', la cui opera è l'azienda stessa. Al tempo stesso l'economista Werner Sombart preferisce considerare l'imprenditore più come un conquistatore che un artista. Egli crede che, mentre l'artista crea la sua opera in modo autosufficiente, l'imprenditore si preoccupa della sua efficace realizzazione. In generale, se si prende la riflessione tardo borghese, l'imprenditore appare come una figura dotata di altissima qualità affettiva, riconosciuta come costante antropologica, ma al tempo stesso, normalmente distribuita. In tal senso, Schumpeter avvertiva che l'imprenditorialità non avrebbe potuto mai essere un'azione routinaria, in tal caso, avrebbe perso la sua capacità innovativa.

Quindi, in conclusione, questi due movimenti possono essere letti tramite un'analisi congiunta perché complementari. Infatti, in modo differente ma completo l'uno dell'altro, ambiscono all'estetizzazione del lavoro e all'innovazione permanente contro il dominio razionalista in economia. Il movimento *Arts and Crafts* manifestò questa esigenza con azioni che si allontanavano perentoriamente dal mercato, mentre la figura dell'imprenditore proponeva di soddisfare tale bisogno mediante un modello di innovazione strettamente orientata ad esso. In entrambi i casi, creazione e innovazione sono investite da enorme intensità affettiva. Reckwitz riconosce che questo tendenziale ritorno a figure premoderne come l'artigiano e il conquistatore, avesse rappresentato una forza limitante per l'implementazione dei movimenti, rispecchiando alla perfezione le forme di autolimitazioni a cui è soggetta la figura dell'artista nella concezione tardo-borghese. Infatti, l'imprenditore assume l'aspetto del *genio artistico originale* allo stesso modo in cui veniva presentata la sottocultura bohemien del movimento *Arts and Crafts*. Detto ciò, ricoprono comunque un ruolo rilevante nel cambiamento del paradigma organizzativo e pongono le basi per l'avvento della creatività.

2.3.1.2. Le industrie creative

Il livello che Timon Beyes riconosce come amalgama creativo-economica di pratiche estetiche e orientamento economico strumentale, è caratterizzata dall'avvento delle 'industrie creative'. Esse si situano tra tipi di organizzazioni formali e strumentali, come pratiche di organizzazione basate sui sensi e orientate ai simboli. Lontane, infatti, dalla struttura burocratica obsoleta e de-estetizzata della ripetizione, l'organizzazione delle industrie creative è connotata da un orientamento, tanto interno quanto esterno, verso l'intensità affettiva e l'innovazione estetica. Ciò che le rende così efficaci per l'implementazione dell'economia estetica è la loro ibridazione strutturale tra l'estetico e l'economico. Vi è infatti un'enorme somiglianza tra le pratiche estetiche e le pratiche economiche che si svilupparono all'interno di esse. Proprio per questo motivo, secondo Reckwitz rappresentano perfettamente il processo nel quale «economic rationality was subordinated over time to its apparent cultural other – that is to say, to the aesthetic, to the affective logic of creative production and aesthetic reception»¹⁰⁶.

È molto interessante notare come le industrie creative, evidentemente eredi delle industrie culturali di Adorno e Horkheimer, condividano con esse, tratti estremamente simili quanto differenti. Infatti, mentre i tratti simili emergono con chiara evidenza, risulta interessante notare come uno dei principi inossidabili con cui le industrie creative sono affiorate, sia proprio il rigetto della ripetizione, di quella standardizzazione che Adorno credeva potesse generasse l'atrofizzazione del pensiero dei consumatori assoggettati. Infatti, gran parte della letteratura critica, crede che il discorso delle industrie creative si basi proprio su un'appropriazione neutralizzante della categoria critica di 'industria culturale' adorniana. Basti pensare che nel corso degli anni Cinquanta e Sessanta, Adorno arrivò a considerare 'amministrazione' e 'integrazione' come tendenze immanenti e decisive del tardo capitalismo.

Reckwitz riconduce la nascita del termine *industrie creative* intorno agli anni Novanta, e nel farlo, afferma che la matrice da cui provengono sia da ricondurre agli anni Venti dove, riconosciute come industrie culturali, esse si manifestavano in una pratica economica principalmente produttrice non di cose, ma di simboli e impressioni sensoriali. Anche in

¹⁰⁶ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, pp. 90, Polity Press, 2017.

questo frangente si esplicita come Reckwitz cerchi di aumentare lo scarto tra le due *industrie*, proponendo una tesi con cui Adorno e Horkheimer difficilmente sarebbero d'accordo. Sembra paradossale non riconoscere che l'industria culturale già negli anni Venti producesse, oltre che simboli e orientamenti, anche cose e artefatti, o per meglio dire, merci.

All'interno del contesto delle industrie creative si vennero a formare tre differenti settori, che pur inizialmente marginali, sarebbero diventati il principale motore per la costituzione del regime estetico in economia, ovvero moda, pubblicità e design. Da principio, questi tre settori di una nuova economia sensoriale rappresentavano solamente una nicchia, delle aggiunte formali ad oggetti o artefatti già esistenti. Il loro statuto supplementare lo si poteva denotare: nella funzione del design che si esauriva nel fornire un valore estetico ad oggetti essenzialmente tecnici e funzionali; nel ruolo quasi reliquato rispetto al consumo di lusso post-aristocratico che ricoprì la moda; e infine nella funzione totalmente accessoria della pubblicità che si esprimeva nel tentativo, mediante la rappresentazione visiva, di rendere maggiormente attraenti quei prodotti tecnici e funzionali.

Nel corso del secolo questo ruolo supplementare delle industrie creative fu totalmente stravolto, tanto che, dopo gli anni Settanta, divennero le principali guide culturali dell'economia. Il processo che le ha portate a poter essere riconosciute come la massima rappresentazione dell'economia estetica è risultato piuttosto lineare. Ad una prima fase di formazione implementata negli anni Venti, in cui, come si è visto, il potenziale dei tre settori dell'industria creativa era già presente ma sistematicamente limitato a corredo formale di artefatti, è seguita una fase di completa trasformazione fino agli anni Sessanta. È stato dimostrato come l'elaborazione da parte delle culture giovanili, delle controculture e dei discorsi estetici critici degli anni Cinquanta e Sessanta abbia fornito la linfa vitale al rafforzamento delle tre *industrie*. Questi fenomeni infatti, riuscirono a liberare il potenziale estetizzante della moda, del design e della pubblicità, riuscendo ad unirli in un tutt'uno e implementando il regime dell'esteticamente nuovo. In questo modo le industrie creative riuscirono a trasformarsi negli agenti estetizzanti radicali dell'economia post-fordista.

L'emersione della moda come agente estetizzante è dovuta ad un processo di democratizzazione della stessa, la quale portò a riconoscere come altamente qualitativa

la produzione industriale di abbigliamento e la conseguente destinazione di risorse. Reckwitz porta come esempio paradigmatico dell'apertura sociale della moda la stilista francese Coco Chanel, la quale democratizzando l'haute couture, attivò un processo di inclusione estetica, e quindi una sensibilizzazione agli standard estetici, verso gruppi sociali più ampi. In sostanza l'industria della moda capì, in particolar modo a partire dagli anni Settanta, che fosse necessario *scoprire* il consumatore attivo e dinamico, il quale coltivava un interesse e un senso di stilizzazione estetica individuale. Come accennato, anche la moda giovò dell'*empowerment* delle sottoculture giovanili, il quale le permise di liberarsi dai rigidi confini di classe in cui era sempre stata imprigionata, consentendole di affermarsi come segno eterogeneo di distinzione e acquisendo un valore estetico come indicatore di individualità.

Pur democratizzando il proprio ruolo e i propri artefatti, è doveroso ricordare come la figura dello stilista non perse la sua rilevanza. Piuttosto cambiò la forma del proprio ruolo, in una trasformazione che assomiglia a quella che travolse l'artista postmoderno.

Più circoscritta rispetto a quella della moda, la trasformazione dell'industria pubblicitaria da corporazione fordista a vera e propria industria culturale ebbe luogo tra gli anni Sessanta e Settanta. Molto di questa mutazione la si deve a Bill Bernbach, considerato il più influente pubblicitario del XX secolo, che con la sua agenzia newyorkese Doyle Dane, sviluppò una pubblicità che rovesciò le regole del genere, fino ad allora tendenti alla conoscenza naturale, sviluppando l'ideale della pubblicità estetizzata. Cambiò totalmente il paradigma con cui la pubblicità veniva concepita: il modello per l'inserzionista non era più l'amministratore o lo scienziato naturale, bensì l'artista. Perciò la pubblicità non poteva più essere standardizzata, ma doveva sviluppare idee originali. Bernbach giunse ad affermare che l'arte si stesse rivelando come lo strumento più utile alla pubblicità, mentre Howard Gossage proclamò che lo scopo della pubblicità non potesse più essere la vendita di oggetti, quanto la vendita di possibili idee insolite. In conseguenza, il focus della pubblicità iniziò a spostarsi dalla presentazione di un prodotto alla messa in scena di uno stile vita, e fu proprio questo aspetto, che portò le controculture a credere nell'industria pubblicitaria. In una concezione post-materialista, il valore di un oggetto sarebbe dovuto essere misurato al di là della sua superficiale materialità, ovvero nel suo significato, nel suo essere portatore di simboli, che contribuisce a distinguere un determinato stile di vita.

Dunque, l'industria pubblicitaria divenne l'industria leader 'creativa' dell'economia estetica

Di una rilevanza ancor maggiore risulta il ruolo dell'industria del design a cui, come denota Reckwitz, viene riconosciuto lo status di disciplina generale dell'economia creativa. Esso viene inoltre comunemente riconosciuto come il motore dello sviluppo estetico-creativo delle teorie di management. Ora, il design è un campo d'indagine complesso. Esso contiene al proprio interno tutta una serie di attività in cui gli oggetti della vita quotidiana vengono fabbricati in forma estetica, primaria o secondario, al di là del loro valore pratico. In questa concezione, il design non può altro che essere riconosciuto come un lavoro estetico eterogeneo nei materiali e un'istanza di estetizzazione di enorme portata sociale. Come già citato, inizialmente il ruolo del design era circoscrivibile alla semplice fornitura di un valore aggiunto, di un supplemento estetico ad un prodotto essenzialmente tecnico. Come se il design modernista si fosse accontentato di eseguire un'estetizzazione superficiale dei prodotti, che così rimanevano essenzialmente beni tecnici, semplicemente implementati da un'estetica naturale. Al contrario, il design modernista, recuperando la dottrina del Bauhaus, vedeva il design come una disciplina volta al ridisegnare oggetti di uso quotidiano in cui gli aspetti funzionali e sensuali sarebbero dovuti andare di pari passo fin dall'inizio. Inizialmente questa spinta estetizzante nell'ambito del design fu respinta dalla rigida formalizzazione funzionalista del capitalismo organizzato. Anche in questo caso la svolta, così come per la moda e la pubblicità, emerse negli anni Sessanta e Settanta, durante i quali, si manifestarono tutta una serie di movimenti critici di anti-design o design radicale. Un ruolo importante in questo fenomeno sovversivo fu ricoperto dagli studi italiani Archizoom, Superstudio e Global tools, i quali furono tra i primi sostenitori del movimento di protesta proteso alla riappropriazione urbana del sensuale. Di lì in avanti, il design divenne un'industria dal forte carattere estetizzante. Negli anni Ottanta, il design veniva considerato come una disciplina volta a promuovere il gioco dinamico e infinito della novità e della differenza per un pubblico interessato ed estetizzato, introducendo continuamente nuovi stili. Tuttavia, Reckwitz riconosce che il design possa diventare una disciplina generale dell'economia creativa solo se in grado di andare oltre la semantica del prodotto, per dirigersi verso il design estetico dei marchi a lungo termine e delle identità collettive nel loro insieme, cioè se riesce ad essere parte di un approccio generale orientato esteticamente. Un orientamento verso il marchio che avverrà negli anni

successivi, quando si sviluppò il concetto di branding, il quale orientò il design non più alle sole superfici visive degli oggetti, bensì agli ambienti spaziali e a intere culture organizzative. Perciò il design cominciò a focalizzarsi sulla progettazione spaziale dell'ambiente di lavoro, in una concezione che si allineò al filone di pensiero incentrato sulla motivazione dei dipendenti. Il processo lavorativo divenne, perciò, un oggetto fondamentale nella cultura del design, il cui operato si rivelò necessario allo sviluppo concettuale del lavoro postindustriale. Negli anni divenne una pratica esemplare per la progettazione intelligente di atmosfere soddisfacenti, intrecciandosi sempre di più con la disciplina del management.

Inoltre, analizzando la questione delle industrie creative, può risultare interessante analizzare tre fenomeni, condivisi da tutte e tre che, palesandosi negli anni Sessanta e Settanta, hanno reso possibile la trasformazione di moda, pubblicità e design in vere e proprie industrie creative. Il primo è riconducibile alla scoperta del pubblico, cioè a concepire i consumatori come utenti emancipati con spiccati interessi estetici. Il secondo luogo, la rottura con il modernismo porta tutti e tre i settori ad intensificare la ricerca del nuovo stilistico. Infine, la centralità dell'atmosfera, ovvero l'intenzione di creare ambienti stimolanti dove gli individui potessero perseguire l'autorealizzazione del sé.

In conclusione, si può denotare come oggi le industrie creative abbiano raggiunto i primi posti nelle agende politiche di quasi tutti gli Stati dell'Unione Europea. Le politiche UE riguardanti le industrie culturali sono state in realtà introdotte relativamente tardi, con modalità principalmente pragmatiche e, a causa di una mancanza di definizione comune, come un «amalgam of policies»¹⁰⁷. Rileggendo i documenti del Parlamento Europeo, della Commissione Europea e del Consiglio Europeo, Ellen Huijgh e Katie Segers osservano che:

do not leave any doubt about the fact that cultural industries contribute to the global economic and cultural interests [...]. Besides this, one never mentions explicitly whether the cultural industries are considered as an economic service or a service of global cultural interest [...]. Due to the lack of consensus on the concept cultural industries the EU institutions seem not to be able to adjust their policies to apply the existing laws to the cultural industries.¹⁰⁸

¹⁰⁷ *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*, Katia Segers, Ellen Huijgh, Vrije Universiteit Brussel, 2006.

¹⁰⁸ *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*, Katia Segers, Ellen Huijgh, Vrije Universiteit Brussel, 2006.

Ciò che risulta problematico dalle normative istituzionali nel campo delle industrie creative è il fatto che non vi sia alcuna differenziazione ontologica tra aspetti economici e aspetti culturali. Viene totalmente negata l'esistenza di una contraddizione tra economia e cultura in un gioco di forze politiche che spinge sempre di più il settore culturale verso la massima liberalizzazione del mercato.

In conclusione, ci si potrebbe chiedere come si è arrivati dal considerare blasfema la vicinanza tra il termine industria e quello culturale all'interpretare le nuove industrie creative come una sorta di promessa di salvezza universale che, come ricorda Gerald Raunig, non riguarda solamente la sfera politica, quanto anche molti attori del settore culturale stesso. Uno dei problemi che si sono palesati nella rilettura dell'industria culturale francofortese è stato quello di considerare quest'ultima come qualcosa che avesse sostituito l'arte borghese e le avanguardie in campo culturale, traducendo in cultura un modello fordista sviluppato altrove. In «Grammatica della moltitudine», Paolo Virno scrive che l'industria culturale:

ha messo a punto il paradigma della produzione postfordista nel suo insieme. Credo quindi che il modo di agire dell'industria culturale sia diventato, da un certo momento in poi, esemplare e pervasivo. All'interno dell'industria culturale, anche nella sua incarnazione arcaica esaminata da Benjamin e Adorno, si possono cogliere i primi segnali di un modo di produzione che poi, in epoca postfordista, si generalizzerà ed eleverà al rango di canone.¹⁰⁹

L'intellettuale post-operaista è convinto che l'industria culturale non sia tanto da rintracciare nella trasformazione fordista, quanto nell'anticipazione del paradigma di produzione postfordista. In essa, infatti, si potevano scorgere già spazi informali, non programmati, aperti all'imprevisto. Quello che risulta evidente è che le industrie creative differiscono dalle omonime culturali non solo nella forma, ma anche nella funzione che esse esprimono sulla produzione sociale. Già Deleuze e Guattari si posero in contrasto con il concetto di assoggettamento sociale adorno, secondo cui, l'industria culturale assoggettava ad uno stato di pura sottomissione le masse, preferendogli quello di 'schiavitù macchinica', il quale invece enfatizza il coinvolgimento attivo delle masse e modalità di soggettivazione oltre i fattori strutturali. Ma lo scarto principale tra le due forme di industria, come ben

¹⁰⁹ *Grammatica della moltitudine*, Paolo Virno, pp. 58, DeriveApprodi, 2004.

evidenziato da Raunig, si risolve nel fatto che le industrie creative non sono più strutturate nella forma di grandi società mediatiche, quanto principalmente come microimprese guidate da imprenditori culturali autonomi nel settore della moda, della pubblicità e del design¹¹⁰. Quindi, riflettendo sulle istituzioni che operano in questi settori, potrebbe sembrare più adeguato parlare di non-istituzioni o di pseudo-istituzioni. Non vi sono più le istituzioni modello dell'industria culturale, ovvero enormi aziende operanti a lungo termine, bensì è presente un cluster di pseudo-istituzioni che si rivelano temporanee, effimere, basate su progetti. Da questa nuova composizione degli agenti coinvolti, sorgono quelle che vengono definite 'istituzioni progetto', le quali, sorgendo sulla scia del totale rifiuto del regime fordista giungono ad adottare quel regime dell'iper-flessibilità che Virno riconoscerebbe come fondativo del nuovo scenario di precarizzazione totale con cui Virno riconoscerebbe l'inevitabile sovrapposizione di paura, angoscia relativa e terrore assoluto, con la conseguente diffusione totale di tutte queste preoccupazione in tutti gli ambiti della vita.

¹¹⁰ *Creative Industries as Mass Deception*, Gerald Raunig, in *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries'*, edit by Gerald Raunig, Gene Ray and Ulf Wuggenig, Mayflybooks, 2011.

2.3.1.3. L'avvento del management

Il terzo ed ultimo livello è quello rappresentato dall'estetizzazione delle organizzazioni consolidate. Nel corso del XX secolo emergono infatti due nuovi modelli di gestione dell'organizzazione: il primo orientato verso l'interno dell'organizzazione, mentre il secondo teso verso l'esterno, rivolto all'ambiente nel quale l'organizzazione opera. Perciò, si vennero a sviluppare teorie focalizzate sulla trasformazione del rapporto che l'organizzazione stipulava con l'ambiente, interno ed esterno, le quali tendevano a postulare la trasformazione estetica come principio necessario per la salute dell'organizzazione stessa.

Analizzando il modello fordista - ovvero quel prototipo di organizzazione sociale estremamente ordinata nel quale l'individuo non rappresenta altro che un singolo ingranaggio della macchina - Reckwitz riconosce che al suo interno si sia avverato uno spostamento verso forme di lavoro che lui definisce 'post-bureaucratic'. Questo fenomeno deriva *dall'approccio motivazionale ai dipendenti*, riconducibile alla teoria del management degli anni Cinquanta, che già da tempo veniva trattato e discusso come un problema estetico. La forza di queste riflessioni era enfatizzata da quella che era la dilagante pressione dell'innovazione, ai tempi concepita ancora in termini di innovazione tecnologica.

L'emersione del management e della letteratura annessa ha fortemente spinto i processi di estetizzazione dell'organizzazione economica. I teorici Shenhav e Noble hanno dimostrato che la teoria del management, così come emerse alla fine dell'Ottocento negli Stati Uniti, nacque come sotto-disciplina della scienza ingegneristica e fin da principio concepì il funzionamento dell'organizzazione economica come un problema tecnico. Per questo motivo, ricorda Reckwitz, i primi economisti aziendali furono rivolti alla risoluzione dei problemi tecnici nell'organizzazione delle grandi industrie come il settore ferroviario o l'industria automobilistica. Il management divenne quindi necessario perché, se la pratica economica passa dall'essere un'attività di individui all'essere un sistema di organizzazione e quindi di unità collettive, la gestione si sarebbe riferita ad una forma di conoscenza e regolamentazione differente. A partire dagli anni Venti, rafforzandosi poi negli anni Cinquanta, la teoria del management riconobbe la creatività come un fatto reale, ma soprattutto come un aspetto necessario dell'organizzazione.

Quindi, se il principale scopo del management divenne l'efficace funzionamento dell'organizzazione, intesa come collettivo di unità, emerse in modo piuttosto evidente che uno dei principali aspetti su cui la disciplina avrebbe dovuto concentrarsi era la motivazione dei lavoratori all'interno dell'organizzazione economica. Grazie all'avvento delle teorie di 'psicologia industriale', il management riuscì ad attenzionare la struttura psicologica dei soggetti organizzativi. Infatti, la relazione che correva tra gli individui e l'organizzazione veniva concepita principalmente come una relazione intersoggettiva tra individui. In tal modo il funzionamento dell'organizzazione dipendeva totalmente dalla convivenza armoniosa dei soggetti coabitanti della stessa, e quindi divenne imprescindibile, per la salute dell'organizzazione, l'etica di gruppo. Questo raggiungimento concettuale venne però superato negli anni Cinquanta, quando l'avvento della scuola delle risorse umane proclamò che i soggetti non potessero più essere ridotti ad esseri sociali armonici, bensì dovevano essere concepiti nella loro tendenza insaziabile all'autorealizzazione del sé. Chris Argyris sosteneva che fosse scientificamente provato che la psiche umana si sforzasse di esprimersi in modo creativo, costruendo un flusso di energia che «aims at self-realisation and empowerment»¹¹¹. In questa logica, il soggetto è quindi interessato a trasformare sé stesso continuamente e svilupparsi in versioni sempre nuove. Ovviamente la concezione di un soggetto di questo tipo pone una contrapposizione tra l'individuo e l'organizzazione con la sua struttura specializzata e gerarchica. Dunque, nacquero evidenti problematiche all'interno della struttura armonica dell'organizzazione, tanto che si iniziarono a teorizzare forme di organizzazione nuove, che riuscissero a rispettare l'assunto psicologico insito in ciascun individuo. Sia Argyris che Douglas McGregor cominciarono a riflettere su una forma organizzativa post-burocratica, che prevedesse un'organizzazione più aperta, nella quale venissero conferiti maggiori poteri e una più ampia flessibilità all'individuo. Da queste ricerche emerse per la prima volta la figura del consulente. Ambedue credevano che considerare l'individuo non più come un dipendente, bensì come un collaboratore, potesse rompere il rapporto conflittuale vigente tra il soggetto e l'organizzazione, portando ad una coevoluzione energetica da entrambe le parti: crescita personale e crescita organizzativa.

Queste riflessioni spianano la strada a quello che sarà il ruolo affidato al sé creativo nei decenni successivi. La forza trainante dell'orientamento all'innovazione non appare nel

¹¹¹ *Chris Argyris, Personality and Organization. Theory Revisited, in Administrative Science Quarterly, Vol 18, N. 2, Sage Publications Inc, 1973.*

rapporto che essa stipula con il mercato, quanto piuttosto dall'adattamento dell'organizzazione al suo ambiente interno, cioè alla psiche umana.

Il secondo filone inerente alla risoluzione dei problemi di gestione dell'organizzazione, come già accennato, è incentrato sul miglioramento del rapporto della stessa con l'ambiente esterno, ovvero il contesto nel quale opera. Secondo questa interpretazione, il problema dell'organizzazione economica non stava tanto nella questione motivazionale dei soggetti che la abitano, bensì in un problema ambientale. In tal senso, l'organizzazione venne qua concepita come una struttura sociale emergente, la quale non poteva essere sottomessa all'apparato burocratico fordista, quanto piuttosto sarebbe dovuta essere sottoposta ad un processo di continua innovazione. Il focus venne di conseguenza posto sugli sviluppi tecnologici, o più in generale, sulle innovazioni delle aziende concorrenti e sulle esigenze innovative dei consumatori. Gli economisti Burns e Stalker si convinsero del fatto che l'organizzazione non potesse più essere concepita come un organismo stabile, quasi immutabile, al contrario, essa avrebbe dovuto comprendere le dinamiche ambientali e rispondere mediante un meccanismo dinamico di riposizionamento e riorganizzazione. Si venne quindi a consolidare un nuovo sistema gestionale, che rompeva con l'estrema specializzazione e gerarchizzazione del modello formalista, instaurando una struttura più aperta, orizzontale e dinamica. Dunque, divenne ancor più fondamentale la capacità innovativa che, non si risolveva più esclusivamente nelle invenzioni tecniche, ma in nuove interpretazioni a livello di elaborazione delle informazioni da parte dell'organizzazione. Se l'organizzazione non è più una rigida struttura ma rappresenta un processo, la questione creativa diviene imprescindibile per il funzionamento evolutivo di tale processo, a maggior ragione se, come crede Karl E. Weick, l'innovazione doveva essere posta su base permanente al di là dell'invenzione tecnica. Negli anni Settanta, la questione dell'innovazione divenne sempre più cruciale, perché mentre un filone di letteratura manageriale credeva che l'economia dell'innovazione si basasse esclusivamente sull'innovazione tecnologica, tutta un'altra corrente di pensiero, sosteneva, come visto, che l'innovazione dovesse essere compresa nella continua ricombinazione degli elementi e degli stimoli proveniente dall'ambiente circostante.

Perciò, lo sviluppo della teoria nel campo del management ha svolto un ruolo decisivo nell'implementazione dell'economia estetica. Ovviamente, senza la presenza dei movimenti sovversivi, ma soprattutto senza l'avvento delle industrie creative, la sua

evoluzione non sarebbe mai riuscita a sottomettere il modello fordista per far spazio quello estetico. I due filoni nei quali si sono sviluppate le teorie manageriali sono quindi quello motivazionale e psicologico in riferimento all'individuo che diviene creativo, e quello che, focalizzandosi sul concetto di innovazione, si è concentrato sulla questione ambientale che circonda l'organizzazione economia. Sta proprio nell'intreccio di queste due orientamenti che si viene ad instaurare il nuovo paradigma. Le forme di lavoro delle industrie creative sono state offerte come soluzione ai problemi strutturali fordisti. Difatti, modellando il lavoro come lavoro estetico, l'economia creativa è stata in grado di offrire una risposta al problema della motivazione. Oltre a ciò, considerando il consumatore come una persona estetica e rivolgendosi alla sua sensibilità estetica, ha permesso all'innovazione permanente di tracciare una direzione che non si esaurisce negli sviluppi tecnici, risolvendo di conseguenza il problema che l'organizzazione instaurava con l'ambiente.

Gli sviluppi del management che dagli anni Ottanta hanno preso piede, si rivolgono proprio in questa direzione. Autori come Tom Peters, Charles Handy e Moss Kanter presuppongono che il lavoratore sia una personalità naturalmente innovativa, e questo in un duplice senso: come soggetto creativo che aspira ad una crescita personale e a idee sempre nuove; e come un sé imprenditoriale che prospera in un ambiente dinamico, nel quale cerca di affermare sé stesso e le proprie idee. In tal senso, Reckwitz denota come l'individuo autorealizzato di Argyris e l'imprenditore innovativo di Schumpeter si manifestino nella stessa persona. La simbiosi tra sé creativo-imprenditoriale e un'organizzazione innovativa diviene concepibile quando la nuova teoria del management abbandonò chiaramente una visione tecnocratica dell'organizzazione per giungere ad organizzazioni culturali e affettive. Il dipendente è quindi incorporato nell'organizzazione come essere interpretativo ed emotivo, la sua mansione viene estetizzata sia nella forma che nel contenuto della pratica lavorativa. La cultura si impossessa dell'organizzazione economica, dove con cultura si intende sia la creazione costante di idee, segni e forme di esperienza all'interno dell'organizzazione, sia l'insieme di valori identitari con cui l'organizzazione definisce sé stessa e costruisce lo scenario per un lavoro comune. Tom Peters crede che la cultura sia tanto dinamica e fluida, quanto stabile, e per questo, è necessario che l'azienda si strutturi in un quadro sicuro che promuova creatività, identità e valori condivisi. Perciò, cultura ed emotività divengono pilastri imprescindibili per la nuova organizzazione economica, ancor di più con l'avvento di quello che viene

riconosciuto come 'management by design' negli anni Novanta. Uno dei principali esponenti di questa nuova corrente è sicuramente Tom Kelley, ceo di IDEO, la rinomata società di consulenza che ha contribuito ad affermare il Design thinking, che nel suo «The Art of innovation: Lessons in Creativity from IDEO» afferma che progettare il nuovo significa non sviluppare nomi, quanto piuttosto verbi, ovvero cose che non hanno un proprietario, ma elementi che consentano ai consumatori di fare qualcosa di sensualmente ed emotivamente soddisfacente. Il suo Design thinking presuppone che ogni bene e servizio possa essere estetizzato come portatore di simboli, percezioni e affetti. Infatti, il consumatore si caratterizza per intraprendenza e originalità nel trattare beni ed esperienze che l'azienda deve valorizzare. Il mantra del *management by design* è postulato in due principi: lasciarsi andare e collaborazione creativa. Questo perché, per creare cose nuove sullo sfondo di una circolazione globale di segni e affetti è necessario che i principi del lavoro collettivo degli artisti siano trasferiti al lavoro progettuale, inteso nella sua interezza.

In conclusione, si può denotare come la genealogia dell'economia estetica derivi da contesti essenzialmente eterogenei e segue, come afferma Reckwitz, uno schema interferenziale, che in effetti, rappresenta una delle principali caratteristiche del dispositivo creativo. Infatti, il nucleo fondativo dell'economia estetica emerge dall'interferenza tra un regime sociale del nuovo e processi di estetizzazione. Tali paradigmi non devono tendere per forza l'uno verso l'altro perché è proprio il dispositivo della creatività lo strumento di congiunzione tra i due processi. Al tempo stesso, ambedue i processi fondativi dell'economia estetica rigettano esplicitamente e con forza il capitalismo organizzato formalmente razionalizzato weberiano che, non solo limitava l'orientamento verso il nuovo, ma generava tutti quei processi di de-estetizzazione che fortificavano il regime burocratico di tale organizzazione economica. Dall'inizio del XX secolo si è intravista la volontà di rompere con la vecchia organizzazione economica, in un orientamento verso il nuovo che vede l'emergere di nuove figure come quella dell'imprenditore. La stessa teoria del management ha cercato invece, negli anni Cinquanta, un riallineamento dell'organizzazione come unità che doveva essere capace di trasformarsi in un continuo dinamico per far fronte ad un contesto di mercato in evoluzione. Quindi viene necessariamente meno la rigidità e la gerarchizzazione

strutturale propria del fordismo. Dal punto vista dell'innovazione, si cominciò a prendere le distanze da una concezione strettamente legata all'invenzione tecnologica. Infatti, l'avvento della psicologia industriale ha fatto virare il concetto di innovazione, orientandolo verso l'interno delle organizzazioni, dove diventava sempre più importante la personalità dei singoli individui che coabitavano l'organizzazione. Di conseguenza, la controparte psicologizzata dell'economia dell'innovazione iniziò a comprendere i membri dell'organizzazione come soggetti interessati alla propria realizzazione. D'altro canto, l'emersione del movimento Arts and Crafts e delle prime industrie creative apportarono con forza la spinta estetizzante. In essi la produzione assumeva principalmente la forma di lavoro estetico, che si tramutava nella creazione di segni, esperienze sensoriali e affetti positivi. C'è però da ricordare che, se da un lato, il movimento Arts and Crafts rigettava il concetto di innovazione perpetua, piuttosto cercando la realizzazione di forme estetiche stabili e riproducibili, dall'altro lato la produzione delle industrie creative, rimaneva influenzata anche da fattori non estetici. Fu l'elaborazione dei loro prodotti da parte delle culture giovanili a liberarne il potenziale estetizzante, trasformandole nei principali agenti estetizzanti dell'economia postfordista.

Se quindi l'avvento della teoria del management postmoderno degli anni Ottanta decretò la definitiva realizzazione dell'economia estetica, basata sulla culturalizzazione ed emotività dell'organizzazione e dal concomitante management by design, diventano imprescindibili processi come l'allineamento delle pratiche sociali con la produzione e la ricezione di esperienze estetiche. Le pratiche creative allinearono i creatori con il pubblico, a sua volta divenuto quasi interamente orientato verso oggetti ed eventi estetici. Si viene così a rompere il tradizionale rapporto dicotomico che legava l'impresa all'arte, l'economia all'estetica. È proprio in questo nuovo schema che si fonda l'economia estetica, composta da organizzazioni economiche totalmente plasmate dall'arte, la cui produzione non è più volta alla realizzazione standardizzata di beni, bensì alla produzione creativa dell'esteticamente nuovo e singolare. I nuovi beni o le nuove merci, possono essere sia materiali che immateriali, ma saranno comunque sempre più legati ad atmosfere immateriali, contesti intangibili.

Si è quindi giunti a quello che viene definito capitalismo cognitivo, una forma di capitalismo disorganizzato, nel quale la merce principale diviene la conoscenza, l'accessibilità e la trasformabilità dell'informazione. Questa nuovo sistema capitalistico

non solo ha riqualificato i propri lavoratori, ma ha aumentato con forza anche il livello di informazione tra i consumatori. Reckwitz crede però che, sebbene il capitalismo cognitivo riesca a sviluppare una buona consapevolezza riguardo alla tendenza innovativa radicalizzata nell'economia contemporanea, al tempo stesso, non sia in grado di catturare l'estetizzazione di questa permanente innovazione. Riguardo ciò, il sociologo tedesco scrive:

If we assume that the society of late modernity is essentially shaped by the device of creativity, the elementary aestheticisation of the economy, which results from aesthetic work and aesthetic consumption, becomes visible. Basically, this economy is not about information, but about the circulation of symbols, sensory experiences and emotions. Basically, it is not cognitive capitalism, but aesthetic capitalism. In this context, the reflexivisation of knowledge rather emerges as a tool for the refinement of both creative work and aesthetic consumers. The paradigm of this aesthetic economy is the design economy.¹¹²

Per economia del design, Reckwitz intende la costruzione intelligente di una disposizione di oggetti, segni, impressioni sensoriali e affetti, volti ad un utente estetico e informato. La gestione estetica permette al design di concentrarsi tanto sui singoli artefatti quanto sui servizi, sui significati mediali, ma anche su interi ambienti spaziali.

L'economia estetica non può esaurirsi nella descrizione di un'economia simbolica o di un'economia del tempo. Seppur segni e simboli ne siano una parte elementare, essi non appaiono tanto come semplici simboli portatori di significato, quanto piuttosto come strumenti di eccitazione dei sensi e delle emozioni.

¹¹² *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, pp. 176, Polity Press, 2017.

2.4. Città creativa

Con il concetto di 'città creativa' viene inteso un modello di città teorizzato negli anni Novanta sulla scia della narrativa pro-creatività che stava imperversando nelle politiche governative dei Paesi occidentali. Il termine è stato per la prima volta articolato in ambito politico da Charles Landry e Franco Bianchini sul finire del Secolo, quando venne utilizzato come veicolo per la riqualificazione urbana di un innumerevole numero di quartieri e città di tutto il mondo. Le politiche delle 'città creative' erano viste come strumenti per 'rilanciare' aree urbane svantaggiate. Nel suo «The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators», Landry sosteneva che soprattutto i cambiamenti di mentalità avrebbero generato la volontà, l'impegno e l'energia necessaria per consentire un nuovo sguardo sulle possibilità urbane. Egli fornisce e descrive una serie di approcci e metodi per 'think creatively', per 'plan creatively' e per 'act creatively'¹¹³. Oli Mould riconosce che tali politiche erano legate ad un movimento di 'ritorno alla città' che vedeva persone giovani, laureate e spesso senza figli, quindi le più mobili, tornare nelle aree dei centri cittadini, in quanto, in esse si poteva approfittare di affitti più bassi e potenzialmente capitalizzare le opportunità sorte alla luce delle deregolamentazioni dei mercati finanziari degli anni Ottanta e Novanta¹¹⁴. Chris Steyaert e Cristoph Michels riconoscono che già nel Diciannovesimo secolo la controcultura artistica bohemien formò scene subculturali in città come Parigi, Berlino o New York. In questi contesti si potevano già riconoscere alcuni tratti poi riscontrati nelle odierne città creative: microcosmi urbani che mescolavano precarietà economica con uno stile di vita sensuale e voluttuoso e un'autostilizzazione anticonformista, in contrasto con altri stili di vita più borghesi.¹¹⁵

Sono moltissime le istanze sorte in virtù del nuovo sviluppo urbano creativo. Molto spesso i sostenitori di queste politiche hanno giustificato queste tendenze tramite nozioni piuttosto vaghe e nebulose di incoraggiamento della creatività. Dietro la cartina tornasole dell'accessibilità artistica, dell'incoraggiamento alla partecipazione di eventi culturali e della celebrazione del multiculturalismo, si sono nascosti processi di gentrificazione, che sfruttando la nuova veste estetica-culturale e creativa, trasformavano intere aree urbane,

¹¹³ *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan, Charles Landry, 2000

¹¹⁴ *Against Creativity*, Oli Mould, Verso, 2018.

¹¹⁵ *Creative city*, Chris Steyaert, Christoph Michels, in *The Creativity Complex A Companion to Contemporary Culture*, Transcript, 2018.

capitalizzandone la subalternità e costringendo i residenti a spostarsi nei sobborghi limitrofi. Un vero e proprio processo di culturalizzazione della città che, dagli anni Settanta, ha prodotto una vera e propria 'governamentalità' orientata alla cultura dell'urbano, la quale, promossa politicamente, ha tentato di stabilire la città creativa come luogo permanente per la produzione di ciò che è esteticamente nuovo.

Come per altre trasformazioni causate dall'avvento della nozione creativa, anche il nuovo modello di città nasce in risposta a quella che era il modello della 'città funzionale' che aveva costituito il paradigma urbanistico dagli anni Venti fino ad allora. La 'città funzionale' si diffuse in diverse versioni europee e nordamericane negli anni Venti e Trenta e può essere intesa come un correlato spaziale della modernità fordista, la quale, nacque in risposta alle esigenze emerse con il massiccio sconvolgimento urbano iniziato con l'industrializzazione, il flusso delle terre e i processi di proletarianizzazione. Questo modello si propose di offrire una soluzione radicalmente moderna riguardo alla nuova organizzazione del lavoro e alla vita per le nuove masse che si stavano venendo a creare. Costruì quindi un nuovo ordine urbano secondo cui divenne necessaria la separazione spaziale tra la sfera del lavoro e quella della vita. In quest'ottica, il tenore di vita delle nuove masse richiedeva un'esternalizzazione spaziale della vita dal centro città, e questo, fece diventare la questione del trasporto un problema progettuale fondamentale. L'ideale urbanistico funzionalista fu quello della serialità, quindi la riproduzione di un prototipo, il quale seguì un principio estetico del purismo anti-ornamentale.

Anche in questo caso, il totale rifiuto del modello funzionalista venne supportato dall'impulso del movimento studentesco e costituì lo sfondo per i diversi movimenti delle sottoculture e controculture, dei media accademici, oltre che di urbanisti e architetti critici. Il discorso urbanistico che ne scaturì intendeva rigenerare il centro urbano che il contesto funzionalistico aveva reso disfunzionale, fatiscente e spopolato. La strada scelta fu quella di un'utopica città estetica, semiotica e storica, richiedendo la diretta partecipazione da parte degli stessi residenti ed utenti. Il centro storico della città doveva riacquisire la sua centralità, doveva diventare spazio di vita e spazio di lavoro per sottoculture e scena artistica. Al tempo stesso, di fondamentale importanza per il discorso critico urbanistico degli anni Settanta si configurava la preservazione del tessuto edilizio storico, che a questo punto, avrebbe dovuto fondersi con la nuova architettura postmodernista, in un ensemble architettonico votato all'intenzione creativa. Secondo

Reckwitz avviene una vera e propria ricodificazione dello spazio, nel quale i nuovi residenti incontrano la storicità degli edifici con un atteggiamento estetico. Il tessuto edilizio storico viene infatti utilizzato per generare atmosfere affettivamente attraenti per le nuove pratiche che si sono consolidate. Non basta che lo spazio sia storico, ma deve essere percepita la sua storicità dai nuovi residenti ed è in questa storicizzazione riflessiva che emerge il paradosso di questo nuovo *melting pot* architettonico: gli edifici storici vengono interpretati come luoghi di autenticità ma allo stesso tempo sono sottoposti ad un cambiamento d'uso. Al processo di storicizzazione riflessiva si affianca quello di semiotizzazione, il quale si esplica nella rioccupazione simbolica del luogo che diviene oggetto di un cambio di uso spaziale. Questa prima fase di ricodificazione dà nuovo lustro ad un quartiere che in precedenza era semioticamente vuoto o travolto da associazioni negative (degrado, rischio, mancanza di comfort). Perciò questo duplice processo porta a celebrare la storicità, spogliata di qualunque assioma negativo, e conseguentemente a riadattarla all'uso contemporaneo. Una vera e propria appropriazione estetizzante, la quale segue una combinazione di due modelli caratteristici dell'estetica postmodernista: il fascino per il retrò, appropriandosi del passato come vero piacere estetico; e il pastiche, cioè una combinazione di tempi e modi diversi nell'utilizzo di tempi e spazi diversi. Inoltre, il fatto che nella fase iniziale della rigenerazione culturale, all'interno dei quartieri vivano ancora minoranze etniche, persone socialmente declassificate o altri gruppi socialmente marginali, viene concepito dai residenti come un gradito arricchimento estetico della vita quotidiana: l'eterogeneità sociale viene vista nell'ottica di sperimentazione semiotica-estetica¹¹⁶.

Ovviamente, l'orientamento sistematico verso il culturalmente ed esteticamente nuovo vale anche per le forme di lavoro postindustriali che nei nuovi quartieri estetizzati trovano terreno fertile dove maturare. Infatti, in contrasto con la specializzazione spaziale della città funzionale, l'economia delle città culturalizzate è caratterizzata da una concentrazione spaziale dei diversi settori dell'economia creativa. Il lavoro estetico è altamente sensibile alla posizione. Purché inglobato in reti sovraregionali o addirittura globali, il lavoro estetico è sempre concentrato in quelli che vengono definiti 'cluster creativi'. Innanzitutto, perché i nuovi distretti estetizzati offrono uno spazio semiotico e

¹¹⁶ *City Form and Everyday Life: Toronto's Gentrification and Critical Social Practice (Heritage)*, Jon Caulfield, University Toronto Press, 1994.

atmosferico stimolante per creativi e artisti, per cui la sfera privata e quella professionale non sono più separate, bensì convivono l'una nell'altra. Inoltre, i cluster creativi, oltre a facilitare la produzione della creatività stessa, creano condizioni per la diffusione e la certificazione sociale delle idee che da essa emergono.

Questi nuovi distretti creativi non rappresentano solamente nuove modalità di vivere e lavorare, ma anche importanti luoghi di consumo di oggetti estetici e di quella che Reckwitz definisce come 'visione turistica generalizzata', con la quale intende un principio di visione estetica tramite cui gli individui non concepiscono la città come un mezzo per qualcos'altro, bensì come un obiettivo in sé, portando i residenti a percepire sé stessi come visitatori della propria città. L'economia dell'esperienza, la quale sfuma i confini tra consumo e cultura dell'intrattenimento, ha rappresentato un crocevia fondamentale nella cultura di consumo di massa degli ultimi decenni. Perché, se da un lato è emerso l'esperto avvicinamento tra il consumo di massa standardizzato e il consumo di stile di vita, nel quale il singolo consumatore ha iniziato ad utilizzare i beni per la propria stilizzazione individuale, dall'altro vi è stata una grande espansione del modello di consumo, con lo scopo di includere servizi e atmosfere culturali che vanno oltre gli oggetti materiali.

Il problema principale che è possibile riscontrare nella costituzione e nell'implementazione della città creativa è il processo di gentrificazione. Oli Mould, nel suo «Against Creativity», racconta di come le aziende con un interesse acquisito nel settore immobiliare redditizio stiano usando, e abusando, il principio di creatività per scopi di gentrificazione. In particolare, racconta di quanto evidentemente emerga la manipolazione della creatività come fragile pseudonimo per la gentrificazione guidata dal settore immobiliare e dal *placemaking* su larga scala. Quest'ultimo unisce comunità locali, governo, aziende locali e istituzioni pubbliche, utilizzando un modus operandi che si traduce nel commissionare progetti artistici e infrastrutture basate sulla comunità, il tutto al fine di promuovere imprenditori e industrie culturali che generano posti di lavoro e reddito per la comunità. Il *placemaking* rappresenta probabilmente il principale strumento utilizzato nei processi gentrificanti; utilizza le energie 'creative' della comunità locali per rendere i luoghi il più adatto possibile all'afflusso della classe creativa. Ma non solo. Nella sua ampia analisi della gentrificazione del quartiere di Wynwood di Miami, Mould sostiene che sia stato ampiamente dimostrato come venga utilizzata la diversità

etnica come strumento per promuovere il cosmopolitismo, piuttosto che per evidenziare le disuguaglianze. Egli afferma:

Galleries, public art and hyper-commodified street art play to a particular version of aesthetic consumption that is high-culture and overly white. It is art that is 'aware' of inequality within urban space, but 'performs' this as part of a consumption cycle. The knowledge of protest and critique toward such injustices is given to an audience to consume rather than as something to enact. Therefore creativity in this rhetorical world is just a pastiche of consumption, more often than not modelled on the consumption patterns of white, middle-class people.¹¹⁷

Oltre a mobilitare istanze etniche per gonfiare la propria ricchezza, sembra che i protagonisti della città creativa sfruttino allo stesso modo questione di genere, di classe e *diffability*. Heather McLean, nel suo studio sulle pratiche artistiche comunitarie a Toronto, ha evidenziato come il lavoro di cura e di riproduzione sociale siano forme di lavoro fortemente svalutate all'interno della città creativa. In generale, questo studio riconosce come gran parte di questo lavoro artistico venga cooptato per organizzare i quartieri creativi e attrarre gli investimenti necessari al loro sviluppo. Nella sostanza, la ricerca dimostra come le pratiche artistiche femministe *community-based* di Toronto siano state utilizzate come mezzo per marchiare quello specifico luogo come artisticamente unico e socialmente impegnato e, in pieno principio di artwashing, ha costruito un polo d'interesse per l'afflusso di capitali dall'estero. In questi ultimi anni il binomio gentrificazione-artwashing ha assunto un ruolo sempre più rilevante, tanto che Mould afferma che:

This is why the term 'artwashing' is now being used within the context of gentrification: any artistic intervention commissioned, paid for and instigated by developers is viewed as a cynical attempt to make an area amenable to the tastes of the creative class. This artwashing process comes in many guises, from commercial street art commissioned by real estate companies to make a place feel more like Shoreditch to a more complex and longer-term attempt to embed artists in council housing blocks to make it a 'trendy' place to be.¹¹⁸

In conclusione, la questione che più interessa questo scritto è quella sollevata da Reckwitz in «Invention of Creativity», secondo cui l'avvento della città creativa segna la transizione

¹¹⁷ *Against Creativity*, Oli Mould, pp. 110, Verso, 2018.

¹¹⁸ *Against Creativity*, Oli Mould, pp. 115, Verso, 2018.

della culturalizzazione dalla la sfera degli utenti alla sfera politica, definendo il punto di svolta nella genealogia del dispositivo creativo. Perché, se mentre la culturalizzazione dell'urbano da parte dei residenti era e rimane spesso selettiva e specifica, la prospettiva della pianificazione statale cerca di concentrarsi sullo sviluppo urbano nel suo insieme e sulla percezione che la città ha di sé stessa e degli altri, portando la creatività a diventare un oggetto sistematico di controllo statale. Nel 'doppio senso' della creatività come desiderio e richiesta, la culturalizzazione dello spazio urbano è stata abbracciata dai decisori politici e dai funzionari governativi come un imperativo economico, sovrascrivendo e distorcendo le precedenti speranze emancipatorie per la creatività urbana. Dagli anni Novanta, l'ambito dove si sono concentrate maggiormente le forze istituzionali è proprio quello urbano, che a questo punto svelano e mettono in pratica materialmente il proprio utilizzo del complesso creativo. Sia a livello nazionale che a livello sovranazionale, l'intento esplicitato è quello di riconoscere nella conoscenza specializzata e nel capitale umano creativo le condizioni necessarie per la prosperità. Perciò per attrarre tecnologia e talento, il nuovo modello di città deve attrarre la classe creativa e l'economia che la sostiene. Reckwitz chiude affermando:

The creative city is therefore an ambiguous and suggestive term in the planning discourse. From a sociological observer's perspective, one can recognise here the historically notable attempt to institutionalise a political control and planning regime that is essentially geared towards the comprehensive dynamisation of culture, and ultimately on the three levels of semiotization mentioned above, reflexive historicisation and aestheticisation in the narrower sense. This urban planning is not about a mere 'cultural policy', as was debated in the 1970s around the promotion of so-called socio-culture, but about a totalising strategic culturalisation of the urban. This is primarily about the systematic production of an urbanity that aims to constantly produce and increase new signs and symbols, historical reflexivity and sensual-affective atmospheres. These signs and atmospheres should be realized by the art scene as well as by the creative economy, through consumer spaces as well as through the aestheticised city districts, through museums and festivals, and finally through the solitary architecture of the signature architects, so that residents and visitors dauerhaft¹¹⁹ und are constantly offered new 'urban experiences'.

¹¹⁹ *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Andreas Reckwitz, Polity Press, 2017.

Ciò che ne scaturisce però è una nuova forma di governamentalità in senso foucaultiano, un nuovo ordine di controllo orientato alla creatività. Si evidenzia un nuovo formato sociale di autogoverno che si esplica nello spazio urbano, non più solamente nella psiche degli individui. La vecchia forma di controllo della pianificazione ingegneristica viene sostituita da un controllo della creatività indiretto. Così come il programma di semplice disciplinamento del soggetto appare superato nei tardi anni Settanta, in quanto nega la capacità di autotrasformazione dell'individuo, anche l'urbanistica prende le distanze dal deterministico controllo della città funzionale. Così come la creatività del sé viene concepita come un obiettivo positivo da perseguire, anche la creatività urbanistica assume una dinamica tanto naturale quanto da promuovere. Si viene quindi a costituire una forma di governamentalità storicamente più avanzata promossa dallo stato che si sforza di stabilire la città creativa come un luogo per la produzione permanente di novità estetica: una governamentalità culturale ed estetica. Si presuppone quindi che ogni città sia e debba essere creativa.

3. Il progetto come strumento regolatore del capitalismo

Jean-Paul Sartre descrisse l'essere nel progetto come la condizione ontologica dell'esistenza umana. Il filosofo francese credeva che ogni persona avrebbe vissuto con una prospettiva sul proprio futuro che inesorabilmente sarebbe stata preclusa alla vista degli altri. Da questo limite non può che scaturire, secondo Sartre, l'alienazione radicale di ciascun individuo, poiché chiunque altro vedrà il medesimo individuo in base alle proprie circostanze personali e mai come proiezione di circostanze eterogenee. In tal senso il progetto sarebbe inquinato dall'evasione, da una fuga deliberata dalla responsabilità sociale e dalla responsabilità individuale. Infatti, l'eroe esistenzialista sartriano è eternamente tentato da una violenta *action directe* che, anche se per un breve istante, cancella le differenze tra gli individui e sincronizza il quadro temporale del proprio progetto a quello della società. Pur riconoscendo nella nozione di progetto una delle condizioni ontologiche dell'essere umano, risulta difficile riscontrare dei tratti comuni tra le parole di Sartre e quelle di vari autori contemporanei che, tramite lenti disciplinari differenti, hanno analizzato la centralità della nozione di progetto all'interno della società contemporanea.

Nell'odierna implementazione estetica della società capitalista, la nozione di progetto ricopre un ruolo cruciale, tanto a livello ideologico, quanto a livello materiale e concreto, come prassi e regolamentazione della vita civile. Infatti, se la creatività ha rappresentato lo strumento imprescindibile per la trasformazione capitalista dopo il collasso del modernismo e del suo sistema industriale, il 'progettariato'¹²⁰, così com'è stato definito dal curatore e ricercatore Kuba Szreder, ne riproduce una sfumatura significativa, in particolar modo nella modalità di riproduzione del lavoro. Gli autori che compongono la letteratura del management degli anni Novanta rigettano totalmente la gerarchia, in quanto ne riconoscono una forma di organizzazione da bandire poiché fondata sul dominio. Allo stesso modo viene rifiutata anche la nozione di pianificazione, poiché giudicata troppo rigida e fondata sui freddi dati quantitativi che non rispecchiano la nuova realtà in mutamento. Perciò, il sentimento che viene covato negli anni Settanta e che emerge definitivamente negli anni Novanta si rivolge ad una promessa di uguaglianza

¹²⁰ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, Manchester University Press, Manchester, 2021.

formale e rispetto delle libertà individuali. La concorrenza e il cambiamento permanente e sempre più rapido delle tecnologie diventano fattori cruciali del nuovo assetto economico tanto che, le caratteristiche principali di cui le nuove organizzazioni dovrebbero essere dotate sono la flessibilità e la creatività, di modo che siano in grado adattarsi ai continui cambiamenti, ad avere dipendenti sempre più al passo con le conoscenze in evoluzione e a riuscire ad ottenere un vantaggio tecnologico sui concorrenti. La linea di condotta per le organizzazioni economiche che venne stilata negli anni Novanta viene limpidamente descritta da Boltanski e Chiappello nel loro celebre «Il nuovo spirito del Capitalismo»:

I dispositivi proposti dagli autori degli anni novanta per fare fronte alle sfide che essi hanno identificato formano una nebulosa impressionante di innovazioni manageriali, che possiamo tuttavia cercare di articolare intorno ad alcune idee chiave: aziende snelle che lavorano in rete con una moltitudine di soggetti, un'organizzazione del lavoro in équipe, o per progetti, orientata alla soddisfazione del cliente, e una mobilitazione generale dei lavoratori grazie alla visione d'insieme dei loro leader.¹²¹

¹²¹ *Il nuovo spirito del Capitalismo*, Luc Boltanski-Eve Chiappello, Mimesis Edizioni, 2005.

3.1. La rete

Con l'avvento dei nuovi dispositivi manageriali introdotti negli anni Novanta viene abbandonato il principio gerarchico e le organizzazioni economiche diventano flessibili, innovative e altamente competenti¹²². Infatti, i confini delle aziende divengono sempre meno netti e le organizzazioni sembrano essere costituite solo da un insieme di rapporti contrattuali più o meno duraturi. Si giunge a quello che comunemente viene definito 'sistema economico a rete', dove le organizzazioni in rete, liberandosi del rigido apparato burocratico gerarchizzato, si limitano a detenere al proprio interno solamente le strutture e le funzioni che gli permettono di ottenere un vantaggio competitivo sul mercato, mentre tutto il resto viene esternalizzato, offrendolo in subappalto ad altre organizzazioni in grado di ottimizzare i processi. Inoltre, in un contesto in continuo e rapido mutamento, il fattore economico determinante in ottica di produttività e reddito diviene l'informazione. Infatti, la fonte principale di valore aggiunto per le imprese - non consistendo più sullo sfruttamento delle risorse precisamente localizzate a livello geografico, o nell'impegno di manodopera - si focalizza sulla capacità di trarre vantaggio dalle conoscenze diversificate, interpretandole e coordinandole in modo da appropriarsi delle innovazioni circolanti nella rete. Però, il paradosso che ne scaturisce si palesa nel fatto che le organizzazioni non si dissolvono, bensì continuano a ricoprire un ruolo da protagonista nelle dinamiche del mercato. Infatti, esse sono ancora ben presenti nelle reti. Più che parlare di mercato, le organizzazioni tendono a ricorrere ad un neologismo del campo del management, ovvero la 'coopetizione', secondo cui le imprese si ritrovano in un regime di cooperazione e competizione.

Per far ciò, risulta necessario che le organizzazioni siano similmente orientate, senza tuttavia tornare ai dettami dei capi gerarchici. Per questo motivo emerge la figura del manager, ovvero un imprenditore carismatico che, in un rapporto quasi orizzontale, ricopre la figura di un leader del quale si dovrebbe seguire la visione. Quindi il manager diventa il controaltare del quadro fordista: sostituisce la razionalità calcolatrice con l'intuizione creativa. I manager sono figure fortemente ibride, gli attori principali delle reti, la cui dote peculiare è la mobilità, ovvero la capacità di muoversi nel circuito reticolare, senza lasciarsi fermare dalle frontiere, siano esse geografiche o frutto di

¹²² *Il nuovo spirito del Capitalismo*, Luc Boltanski-Eve Chiappello, Mimesis Edizioni, 2005.

appartenenze professionali e culturali. Queste nuove figure incarnano archetipo del mediatore, è insita in loro la spiccata capacità di essere in contatto con soggetti e oggetti spesso molto lontani, sia in termini spaziali che sociali.

Determinanti della nuova economia in rete divengono quindi le nuove modalità di controllo implementate su quelle che sono le cosiddette «imprese liberate»¹²³. Divenuto oramai impossibile controllare un numero di persone e di variabili prossime all'infinito (neanche il più grande dei *panopticon* ne sarebbe in grado), l'unica soluzione è che le stesse persone si auto-controllino, quindi spostare l'azione coercitiva dall'esterno dei dispositivi organizzativi verso l'interiorità delle persone. Come già discusso nel capitolo precedente, la nuova forma di governamentalità (in senso foucaultiano) non poggia più su una modalità coercitiva, impositiva e dominante, quanto piuttosto sulla realizzazione del desiderio di autocontrollo, in modo che questo emerga direttamente dagli individui. Boltanski e Chiappello hanno sostenuto che:

La cultura e i valori dell'impresa, il progetto aziendale, la visione del leader, la sua capacità di "far condividere il suo sogno", contribuiscono a favorire la convergenza degli autocontrolli individuali, perché le forme di controllo che ciascuno esercita su se stesso in modo volontario hanno tante più probabilità di restare coerenti tra loro se si ispirano a una medesima fonte originale.¹²⁴

Dal momento che la gerarchia, come regolamento delle interazioni tra soggetti economici, viene meno, emerge il bisogno di creare una nuova struttura che sia in grado di regolare le relazioni tra individui. Ecco che sorge un nuovo apparato di governance socioeconomico: il contrattualismo. La struttura di qualunque forma organizzativa della società capitalistica è divenuta rappresentabile mediante una rete di contratti, una rete infinita di subappalti tramite cui le imprese esternalizzano la propria produzione non ottimale. L'esternalizzazione di molte delle funzioni un tempo svolte all'interno dell'impresa, oltre all'autonomizzazione di interi settori delle grandi organizzazioni, considerati come centri di profitto in concorrenza con l'esterno, ha permesso di sostituire il controllo gerarchico con un controllo legato al mercato. Quest'ultimo, negli anni Novanta, dava l'idea di essere più democratico del tradizionale rapporto dominante-dominato, perché la retorica ancora oggi utilizzata è quella che il mercato si basi su aspetti

¹²³ *Liberation Management*, Tom Peters, Social Business, 1993.

¹²⁴ *Il nuovo spirito del Capitalismo*, Luc Boltanski-Eve Chiappello, pp. 187, Mimesis Edizioni, 2005

superficialmente meritocratici. Il mercato, quindi, rimanda ad una relazione contrattualmente libera tra due parti formalmente uguali, le quali stipulano accordi su un terreno dove regna un principio di orizzontalità. In questo nuovo scenario, emerge in modo cruciale la variabile della *fiducia*. La fiducia è ciò che lega i membri di una squadra, un'impresa al suo leader e i partner in un'alleanza. Rappresenta l'assioma che permette l'esistenza della rete di contratti, la sicurezza che la controparte non abusi dell'orizzontalità e dell'equità del rapporto, l'attendibilità delle interazioni economiche. Boltanski e Chiappello sono convinti che la fiducia sia un'altra forma per definire l'autocontrollo, in quando designa una relazione sicura, benché non esista altro dispositivo se non la parola data e il contratto morale.

In realtà, ciò che la letteratura del management degli anni Novanta sosteneva, ovvero che le reti contrattuali potessero costituirsi come antipodo al rapporto gerarchico dominante-dominato, si è rivelata in parte fallacia. Il fatto che l'impresa sia più flessibile e reattiva non significa che abbia rinunciato ad essere grande e potente. Basti pensare alle grandi multinazionali di oggi per comprendere la portata che, tanto in termini economici quanto in termini di forza lavoro, hanno raggiunto le grandi imprese. Le grandi aziende, per mantenere e conservare una forma identificabile e la potenza associata al proprio nome, devono instaurare anche legami più duraturi, senza però dover necessariamente presentare rigidità nelle relazioni gerarchiche istituite. Infatti, le grandi imprese non si sono disperse in un insieme di contratti commerciali stipulati tra piccole unità in concorrenza su un mercato atomizzato puro e perfetto. La forma ideale della grande impresa, così come era stata pensata dalla letteratura di fine secolo, prevedeva l'alleggerimento e la flessibilizzazione dei dispositivi istituzionali, e allo stesso tempo, una struttura contrattuale duratura assicurata dalle relazioni personali e dalla fiducia tra le persone, cosicché venisse preservato il coordinamento tra le risorse che concorrono alla creazione del valore aggiunto. L'economista Jerome Powell riconosce che la rete rappresenti una forma economica specifica tra la gerarchia e il mercato. Inoltre, come ravvede l'antropologo David Graeber, la 'legge ferrea del liberalismo', secondo cui i presunti movimenti di deregolamentazione e la de-gerarchizzazione abbiano in realtà prodotto molta più burocrazia, sotto forma di regole o controlli, procedure e moduli ufficiali¹²⁵.

¹²⁵*Bullshit Jobs*, David Graeber, Simon & Schuster, New York, 2018.

3.1.1. La rete dei progetti

La letteratura del management degli anni Novanta ha restituito la raffigurazione di un mondo totalmente differente da quello degli anni Sessanta. Come già ampiamente detto, il flusso di processi attivati negli anni Settanta e Ottanta, sorti sulla scia delle proteste rivoluzionarie e di un generale malcontento, diffuso in tutte le discipline, nei confronti della burocratica società modernista, rivelano un contesto socioeconomico totalmente trasformato all'alba del nuovo secolo. In tale contesto, la nozione di rete assume un ruolo fondamentale, tanto che viene utilizzata, quasi abusata, in tutte le sfere disciplinari per connettere tra loro elementi in realtà disomogenei. La vita sociale, quindi, non può più essere rappresentata nei diritti e doveri rispetto ad una comunità familiare, né all'interno del lavoro salariato di una struttura gerarchica, bensì nel mondo reticolare. In esso, secondo Boltanski e Chiappello, la vita sociale si costituisce in un insieme di incontri e connessioni temporanee, ma riattivabili, tra gruppi diversi, lontani socialmente, professionalmente, geograficamente e culturalmente.

È in questo scenario che predomina la nozione di progetto, il quale tende a raffigurare un nodo appartenente alla rete fortemente sollecitato per un breve periodo di tempo, ma che al contempo, permette di instaurare, tra i gruppi diversi sopracitati, legami duraturi che, seppur sospesi, rimangono disponibili. La funzione fondamentale che ricopre il progetto è quella di fissare e coagulare i flussi derivanti dalle connessioni che si instaurano nella rete. Se non esistesse il progetto, ci ritroveremmo in un mondo puramente connessionista, dove nulla potrebbe fissarsi, accumularsi e prendere forma, provocando il dissolvimento continuo di ciò che viene scambiato all'interno delle reti. In altre parole, «il progetto è una concentrazione di specifiche connessioni attive in grado di dare forma alle cose, ovvero di fare esistere oggetti e soggetti, stabilizzando e rendendo irreversibili alcuni legami. È dunque una sacca di accumulazione temporanea che, producendo valore, sostanzia la necessità di ampliare la rete favorendo le connessioni»¹²⁶. La nozione di progetto è talmente pervasiva nella società contemporanea che Boris Groys, nel suo «The loneliness of the project», giunge ad affermare:

¹²⁶ *Il nuovo spirito del capitalismo*, Luc Boltanski, Eve Chiappello, pp. 232, Mimesis Edizioni, 2005

La formulazione di diversi progetti è diventata la principale preoccupazione dell'uomo contemporaneo. Al giorno d'oggi, qualsiasi impresa si intenda perseguire in campo economico, politico o culturale, si deve innanzitutto formulare un progetto adeguato per richiedere l'approvazione ufficiale o il finanziamento del progetto da parte di una o più autorità pubbliche. Se il progetto nella sua forma originale viene respinto, viene modificato nel tentativo di migliorare le sue possibilità di essere accettato. Se il progetto modificato viene respinto a priori, non resta che proporre uno completamente nuovo. In questo modo, tutti i membri della nostra società sono costantemente impegnati a ideare, discutere e respingere una serie infinita di progetti. Si scrivono valutazioni, si calcolano meticolosamente i bilanci, si formano commissioni, si nominano comitati e si presentano risoluzioni. Un numero non trascurabile di nostri contemporanei passa il tempo a leggere solo proposte, valutazioni e bilanci di questo tipo.¹²⁷

È interessante notare come Boltanski e Chiappello decidano di definire l'apparato giustificativo che sembra imporsi nella nostra epoca. Essi, infatti, coniando il concetto di 'città per progetti' definiscono un'azienda la cui struttura si compone di una moltitudine di progetti, i quali a loro volta assemblano vari soggetti, di cui alcuni partecipano a più progetti. Le tipologie di progetti che costituiscono questa organizzazione si caratterizzano per una durata limitata. L'inizio e la fine di un progetto sono sempre dati, e per questo motivo i progetti tendono sempre a succedersi, a ricomporsi continuamente in base ai mutamenti nelle esigenze dei gruppi e delle squadre di lavoro. Ecco che il progetto rappresenta quell'elemento che rende la rete una forma socioeconomica mediana tra la burocrazia gerarchizzata e il mercato: sono infatti i progetti che, sulla tela illimitata della rete, riescono a generare una moltitudine di piccoli spazi di calcolo, tramite cui possono essere prodotti e giustificati gli ordini che regolamentano la rete. Il progetto è un ostacolo alla circolazione assoluta in quanto, anche se di breve termine, richiede un determinato impegno e presuppone una forma di controllo stabilita dall'interesse degli altri partecipanti ad esso. Perciò la 'città per progetti' si pone come un sistema di vincoli che grava sul mondo in rete, la quale impone di costruire legami ed interconnessioni rispettando i principi e i criteri di azione giustificabili dal progetto stesso.

¹²⁷ *The loneliness of the project*, Boris Groys, *New York Magazine of Contemporary Art and Theory*, Issue 1.1, 2002.

All'interno di una 'città per progetti', la misura tramite cui si valuta la grandezza delle persone e delle cose è l'*attività*. Così vale anche per le cosiddette città industriali moderniste, ma la differenza che ravvedono Boltanski e Chiappello, sta nel fatto che, mentre all'interno di quest'ultime, l'*attività* viene confusa con il lavoro e la popolazione attiva si identifica con i lavoratori salariati stabili e produttivi, all'interno della città per progetti l'*attività* oltrepassa le opposizioni tra lavoro e non lavoro, stabile e instabile, orientamento al profitto e disinteresse, ciò che identificabile come produttivo e ciò che sfugge alla valutazione economica. Tutto ruota attorno all'idea di superare le rigide categorizzazioni lavorative e produttive tipiche del fordismo. Perché l'obiettivo dell'*attività* è quella di creare progetti o di integrarsi in progetti iniziati da altri. Ma essendo l'incontro la condizione di esistenza del progetto, l'*attività* per eccellenza consiste nell'inserirsi all'interno delle reti, perseguendo intenti interazionali, da cui potrebbero nascere progetti. In tal senso, la vita di ciascun individuo può essere intesa come una successione di progetti, ed essa sarà tanto più valida quanto saranno variegati i progetti al suo interno. Perciò il valore di un individuo dipenderà dall'ampiezza e dall'eterogeneità del proprio portafoglio di progetti. In altri termini, gli anni Novanta prefigurano un nuovo contesto sociale nel quale il valore di ciascun individuo viene riconosciuto nella capacità di lavorare con una grande varietà di altri individui, nell'inclinazione alla flessibilità, nell'apertura esibita nel momento in cui diviene necessario cambiare progetto e nell'adattabilità a più circostanze possibili.

In questo modo, il *grande* della città dei progetti sarà colui che, oltre ad avere la capacità di identificare le connessioni, riuscirà a collocarsi al loro interno, costruendo legami durevoli, riuscendo a coinvolgere ed attrarre sempre più individui. Il *grande* deve essere flessibile, deve essere in grado di sentirsi a proprio agio dovunque, in altre parole, è fondamentale che sia adattabile. Invece, il *piccolo* sarà «colui che non riesce a coinvolgersi, che non è coinvolgibile nell'ambito di un progetto o che dimostra di essere incapace di cambiare un progetto»¹²⁸. In altre parole, il piccolo sarà quell'individuo nella cui essenza prevale la rigidità a discapito della flessibilità. Il piccolo potrebbe non riuscire, per motivi di attaccamento, ad abbandonare un progetto, oppure potrebbe non riuscire ad abbandonare un luogo dov'è radicato, perdendone in mobilità. Il piccolo è colui che predilige la sicurezza a discapito dell'autonomia, con tutto il rischio che essa comporta.

¹²⁸ *Il nuovo spirito del capitalismo*, Luc Boltanski, Eve Chiappello, pp. 254, Mimesis Edizioni, 2005

Possedere uno statuto significa non essere mobili e all'interno della città per progetti ciò potrebbe implicare essere un pericolo per la rete, danneggiarla. La città per progetti collassa nel momento in cui la rete cessa di estendersi.

Seguendo tale discorso, e in particolar modo la differenza di valore sociale che l'individuo assume in base ai progetti che lo vedono partecipe, potrebbe essere interessante cogliere lo spunto che ci offre Groys, quando afferma che dietro ad ogni progetto si trova una lotta per la ratifica sociale della solitudine. Egli crede che nella vita quotidiana, chiunque non si adegui a entrare in comunicazione con i propri simili in qualsiasi momento, venga considerato difficile, asociale, e cada vittima di ostracismo. Ma la reazione sociale cambia drasticamente nel momento in cui si avanza un progetto pubblicamente ratificato a giustificazione del proprio isolamento. Groys è convinto che ogni progetto nella società contemporanea possa durare fino ad un massimo di cinque anni, oltre ciò, ci si aspetta che il proponente mostri un prodotto finito e torni ad immergersi nella bolgia della comunicazione, fin tanto almeno che non formalizza una nuova proposta di progetto che giustificerebbe una nuova reclusione¹²⁹.

In termini lavorativi, i progetti diventano quindi la chiave strumentale tramite cui sostituire la carriera gerarchica. Il tracciato che gli individui saranno inclini a intraprendere non seguirà più il percorso carrieristico, bensì si svilupperà da un progetto all'altro e sarà proprio la riuscita di un dato progetto a dotare gli individui della credibilità per partecipare ad altri progetti. Ciascun progetto, essendo ontologicamente diverso, nuovo e innovativo, si presenta agli individui come un'opportunità per imparare ed arricchire il bagaglio delle proprie conoscenze, aumentando quindi la probabilità di essere ingaggiato in un progetto ulteriore. Perciò, in questa nuova concezione del lavoro, la variabile determinante diviene 'l'impiegabilità'¹³⁰, la quale definisce le capacità necessarie di cui gli individui dovranno dotarsi per far parte della rete di progetti. Essa può essere considerata come il capitale che ciascun individuo detiene e che deve gestire, il quale racchiude tutte le competenze che possono essere mobilitate. La sociologa statunitense Moss Kanter affermava che:

La carriera postindustriale è una corsa incessante da un progetto a un altro. Il valore aggiunto a ciascun progetto è segno di successo [...]. Ciascuno dipende dalle proprie

¹²⁹ *Going Public. Scrivere sull'arte in chiave non estetica*, Boris Groys, pp. 46, Postmediabooks, 2013, Milano.

¹³⁰ *Il nuovo spirito del capitalismo*, Luc Boltanski, Eve Chiappello, pp. 206, Mimesis Edizioni, 2005

risorse molto più che dai destini dell'azienda per cui lavora. Quelli che conoscono solo l'arte di salire gli scalini di una gerarchia hanno già perso in partenza. I redditi sono fluttuanti; variano da un anno all'altro invece di progredire regolarmente nel corso del tempo. I rischi e l'incertezza sono la regola. Ma la produttività non viene compromessa; beneficia della qualità professionale e del bisogno di accrescere la propria reputazione, che sono ormai diventati la miglior garanzia d'impiego, anche al servizio di un unico datore di lavoro. Ciascuno deve crearsi un patrimonio di attitudini, poiché le aziende non garantiscono più la sicurezza dell'impiego. Non è impossibile che, in questo contesto, l'insieme della popolazione acquisisca nuove competenze.¹³¹

In quest'ottica, Bob Aubrey afferma che un'impresa sia in grado di offrire una certa forma di sicurezza per la pletora di lavoratori con cui collabora quando, non potendo evitare licenziamenti e promettere possibilità di carriera, non metta in pericolo l'impiegabilità dei suoi dipendenti, ma al contrario sia in grado di svilupparla¹³². In realtà, l'impiegabilità come strumento di sicurezza per il lavoratore non ha trovato un riscontro empirico efficace, perciò il tema della sicurezza del lavoro nel progetto non solo permane, ma rappresenta una questione tutt'ora impellente.

Un ulteriore rischio generato dall'avvento dell'organizzazione flessibile in rete sta nella maggior possibilità che gli operatori della rete perseguano il proprio interesse personale a discapito delle controparti con cui hanno collaborato. Il rifiuto di regolamentazioni e dispositivi volti al controllo e alla valorizzazione della dimensione affettiva e relazionale offrono un terreno fertile per comportamenti di questo tipo. Per questo motivo, una condotta etica, *conditio sine qua non* affinché la rete possa funzionare, diviene di grande importanza. Essendovi sempre più lavoratori dipendenti indotti a spostarsi e a detenere attività in rete difficilmente controllabili, l'unico dispositivo che possa mettere in sicurezza l'azienda e i lavoratori è la reputazione. Molto più efficace della variabile di fiducia, la reputazione non solo ricopre un ruolo centrale nel meccanismo di impiegabilità, ma è in grado di esercitare pressioni normalizzatrici estremamente efficaci. Lionel Bellenger, figura accademica e imprenditoriale, fondatore di IBEL, rispetto al problema di sicurezza delle reti e dello strumento reputazionale è convinto che:

¹³¹ *L'entreprise en éveil*, Moss Kanter Rosabeth, InterÉditions, Parigi, 1992.

¹³² *Le travail après la crise*, Aubrey Bob, InterÉditions, Parigi, 1994.

Si osserverà comunque che gli opportunisti sono spesso individui soli. Quando cercano di integrarsi all'interno di un gruppo, vengono velocemente identificati e rifiutati. Bisogna sapere che una rete è dotata di una propria 'polizia' invisibile, capace di identificare opportunisti e profittatori: 'i vecchi compagni di scuola, quelli del servizio militare, gli adepti del club di bridge... o il vicino di tavolo in occasione di un matrimonio percepiscono velocemente chi è lì per approfittare'. Tanto meglio. Il fatto è che le reti tengono alla loro immagine. Più è buona, più la rete è in grado di incidere sulla vita economica e sulle relazioni.¹³³

Il tutto si traduce in una tendenza all'auto-controllo e all'auto-governamentalità a carico dei progettisti, i quali non potranno permettersi azione eticamente discutibili in quanto macchierebbero la loro reputazione, e questo comporterebbe un processo di emarginazione all'interno della rete, che con il tempo si tradurrebbe nell'invisibilità.

In conclusione, l'economia della rete proposta dal neomanagement degli anni Novanta, proclamando la fine della burocrazia e quindi l'abbandono dell'intenzione eliminativa di tutto ciò che non è calcolabile e formalizzabile, si propone di ritornare ad un'istituto sociale il cui funzionamento esprimerebbe condizioni più umane, dove poter esprimere le proprie intuizioni, le proprie emozioni e la propria creatività. Rigettando la dottrina dell'"imparare un mestiere" alla volta dell'attitudine di apprendere e adattarsi al nuovo, Boltanski e Chiappello sostengono, che il nuovo spirito del capitalismo si orienti sempre di più verso il saper essere, contrapposto al 'sapere' e al 'saper fare'. Più in generale, credono che la nuova intenzione capitalista consista nel cercare di sviluppare la produzione e la commercializzazione di beni continuamente rinnovati, la cui novità e scarsa diffusione placano temporaneamente le angosce della massificazione. Un'offerta di beni si propone di essere autentica in quanto 'personalizzata', ovvero che si lega ad una sempre maggiore attenzione ai desideri personali degli individui e alla conseguente trasformazione in una produzione sempre più variegata e flessibile.

¹³³ *Ê tre pro*, Lionel Bellenger, ESF, Paris 1992

3.2. Quando il progetto incontra la classe creativa

Che si voglia o meno, la classe creativa rappresenta l'archetipo della condizione dei lavoratori contemporanei. Analizzarne la composizione, studiarne le modalità di sviluppo ed esaminarne i fattori di criticità, permette di ottenere informazioni estremamente utili riguardo lo statuto ontologico del lavoro contemporaneo. Infatti, molti degli elementi contraddistintivi della classe creativa risultano estendibili a moltissime altre categorie di lavoratori, con cui, dato l'emergere della creatività, condividono speranze e tumulti. Si ritiene che sia così importante riflettere sulla classe creativa poiché, come già ampiamente visto lungo le pagine di questo scritto, all'interno di essa non solo emergono in modo esemplare i segni caratteristici dei mutamenti impressi allo statuto sociale dalle trasformazioni post-fordiste, ma anche il fatto che siano state utilizzate proprio le peculiarità della classe creativa per attivare e stimolare le stesse trasformazioni. Molti autori sostengono che ciò che prima veniva considerato un'eccezionalità del lavoro artistico è diventato una condizione estremamente diffusa del lavoro flessibile post-fordista. Il sociologo Stevphen Shukaitis, analizzando i cambiamenti della composizione di classe del capitalismo contemporaneo, denota molteplici somiglianze fondamentali tra artisti e lavoratori flessibili in termini di individualizzazione, carattere comunicativo, creatività e modelli organizzativi diffusi delle nuove forme di lavoro¹³⁴.

Del resto, come chiarisce brillantemente Kuba Szreder:

When projects were introduced in the world of business and corporations, the aim of new management was to cross stiff boundaries between departments, fields of expertise and varied corporate bodies. The idea was that projects could join what was previously separated, stimulating creativity and encouraging innovation. Projects as a way of conceiving and supporting artistic activities emerged in the 1960s and 1970s to support the expansion of artistic practices beyond the narrow confines of the artistic studio and the white cubes of galleries and museums, so called 'gallery

¹³⁴ *Artstrike and Metropolitan Factory, in Joy Forever, The Political Economy of Social Creativity*, Stevphen Shukaitis, In *Joy Forever. The Political Economy of Social Creativity*, edited by Michał Kozłowski, Agnieszka Kurant, Jan Sowa, Krystian Szadkowski and Kuba Szreder, pp. 227–37, London, MayflyBooks, 2014.

exhibition nexus'. Currently, projects are the dominant form of organising artistic production in the expanded field of art.¹³⁵

È proprio l'espansione del campo dell'arte a preparare il terreno per l'avvento della progettualità artistica. Lo storico dell'arte Lane Relyea, autore del celebre «Your Everyday Art World», sostiene che il passaggio dalla produzione al progetto, il quale caratterizza profondamente l'arte contemporanea e molti altri ambiti della vita culturale, sia evidenziato dalla crescente adozione da parte degli artisti di approcci itineranti e post-studio e dall'adozione sempre più frequente di commissioni e residenze da parte dei musei.

A partire dagli anni Settanta l'arte ha visto lo sviluppo di moltissime correnti stilistiche e metodologiche differenti, tanto che, Rosalind Krauss introdurrà la nozione di 'campo dell'arte espanso'. Tutte i nuovi movimenti artistici che via via si sono susseguiti – dall'arte pubblica all'arte dialogica, passando per l'arte orientata all'etnografia e le pratiche di collettivismo – hanno sfruttato il progetto come principale strumento di facilitazione della produzione artistica, tanto a livello concettuale, quanto a livello organizzativo e finanziario. Szreder asserisce che tanto se il white cube e lo studio rappresentano parti costitutive di assemblaggi inerenti al campo dell'arte modernista, così i progetti, i processi e le piattaforme sono indispensabili per il suo stato espanso. È importante tenere a mente che il campo dell'arte espanso racchiude in sé anche tutta la materia artistica sommersa che, come vedremo, costituisce gran parte del valore generato dalle reti artistiche. Per questo motivo il campo dell'arte espanso non può essere confuso con la circolazione artistica, nella quale si rende visibile solamente una minuscola parte della materia artistica che in realtà viene generata. Oltre a ciò, Szreder pone un'ulteriore avvertenza, ovvero di non confondere i progetti con le sovvenzioni, in quanto, quest'ultime rappresentano manifestazioni già formalizzate burocraticamente di apparati correlati al progetto. Infatti, secondo il ricercatore polacco:

Projects are and can be much more universal, as they provide convenient organisational forms for sustaining ephemeral and temporary endeavours, enabling people coming from a variety of backgrounds to efficiently pursue their goals.¹³⁶

¹³⁵ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 133, Manchester University Press, Manchester, 2021.

¹³⁶ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 135, Manchester University Press, Manchester, 2021.

3.2.1. La struttura

Può essere interessante cominciare l'analisi della struttura della rete di progetto artistico con la nozione di 'istituzione di progetto' teorizzata da Gerald Raunig nel contributo offerto a «Critique of Creativity». Analizzando infatti la forma istituzionale delle industrie creative contemporanee – in comparazione all'industria culturale teorizzata da Adorno e Horkheimer – Raunig si accorge che la loro struttura non sia più rappresentabile nella forma di grandi società mediatiche, quanto piuttosto in microimprese governate da imprenditori culturali autonomi nei diversi settori di moda, design, pubblicità. In virtù di ciò, crede che sia più appropriato parlare di non-istituzioni o di pseudo-istituzioni. Poiché mentre le istituzioni paradigmatiche dell'industria culturale erano grandi aziende a lungo termine, le pseudo-istituzioni delle industrie creative si rivelano temporanee, effimere, ma soprattutto basate su progetti. Per questo giunge a definirle 'istituzioni di progetto', le quali hanno basato la propria legittimazione su fondamenti di autodeterminazione e rifiuto del rigido ordine fordista. Sulla scia della critica alla stabilità degli individui che popolano tali istituzioni, Raunig sostiene che le istituzioni di progetto, a differenza di quelle moderniste, promuovano la precarizzazione e l'insicurezza. Crede che al loro interno emerga una forte contraddizione: da un lato il desiderio di 'esonero'¹³⁷ a lungo termine che il concetto di istituzione implica, che si scontra con il limite di tempo implicito nel concetto stesso di progetto. Quindi emerge il paradosso secondo cui all'istituzione, alla quale è collegato un desiderio di durata di lungo termine, continuità e sicurezza, viene associato il progetto, che al contrario, implica una durata limitata con i conseguenti effetti di precarizzazione e insicurezza ad essa associati. Raunig amplia il discorso definendo questo tipo di istituzioni come piccole imprese che operano nell'ambiente competitivo delle industrie creative, che spesso si trasformano in veicoli di sfruttamento perché uniscono «they merge temporariness with institutional longevity, project-related enthusiasm with organisational discipline, the vocational involvement of producers with the consequential state of precarity»¹³⁸. In altri termini, Kuba Szreder afferma che le forme organizzative delle 'istituzioni progetto' modellano gli sforzi auto-organizzativi in linea

¹³⁷ Raunig crede che le istituzioni dell'industria culturale avessero come principale funzione quella di gestire le contraddizioni con effetto esonerativo. Con esonero Raunig intende la capacità dell'istituzione di fornire sicurezza agli individui che la abitano, promettendo un certo grado di controllo su contraddizioni sociali irrisolvibili, altrimenti facenti capo agli individui stessi.

¹³⁸ *Factories of Knowledge, Industries of Creativity. Semiotext(e) Intervention Series 15*, Gerald Raunig, Semiotext(e), Los Angeles, 2013.

con le pressioni strutturali neoliberiste. Esse, perciò, invece che istituire il comune, di cui si fregiano, riarticolarono l'opportunismo e la precarietà a livello organizzativo¹³⁹.

In «Grammatica della moltitudine», Paolo Virno evidenzia la contraddittorietà dell'istituzione come progetto, in quanto, si convince che questa possa portare alla totale sovrapposizione di paura e angoscia, diffondendo in seguito questa preoccupazione in tutti gli ambiti della vita. Similmente anche Stefan Nowotny è preoccupato della totale effimerità delle istituzioni di progetto. Crede che queste, non avendo alcuna strutturazione stabile, siano troppo legate e di conseguenza innocue alle nuove forme di orientamento strumentale che diffondono precarietà individuale e sociale.

Coloro che abitano e alimentano le istituzioni di progetto, ovvero gli individui e i lavoratori che circolano nelle reti artistiche e creative vengono definiti 'projectarian' da Kuba Szreder. Per semplicità, il termine verrà tradotto in progettisti. Essi, spostandosi da un progetto all'altro e vagando per le reti in cerca di opportunità, devono essere intesi non tanto come individui privati, ma come componenti di assemblaggi multiformi le cui imprese sono abilitate e regolate da apparati sociali che sostengono la circolazione artistica. Quindi risulta fondamentale capire come funzionino gli apparati nella rete dei progetti artistici. Prendendo spunto dalla tradizione materialista, Szreder riconosce che gli apparati di circolazione artistica siano simili alle fabbriche distribuite di creatività, in grado di rompere le rigide divisioni temporali e spaziali tra lavoro e vita, entusiasmo automotivato e sfruttamento. Il ricercatore polacco continua la sua tesi affermando che l'apparato dovrebbe quindi essere considerato come un assemblaggio di assemblaggi, composto da elementi altamente eterogenei. Un apparato di questo genere opera secondo una 'grammatica organizzativa' che gestisce le relazioni tra i suoi vari elementi in un modo che replica le formazioni di potere. Sostanzialmente l'apparato altro non è che una codificazione sistemica delle relazioni sociali e della loro materializzazione concreta sotto forma di progetti, istituzioni, soggettività e reti particolari. Tali apparati regolano la vita quotidiana dei lavoratori dell'arte, in tutte le sue sfumature: le loro pratiche, le loro abitudini e i loro mezzi per garantirsi la sopravvivenza, plasmando al contempo l'architettura sovrastante della circolazione artistica. Inoltre, gli apparati che governano le reti artistiche sono composti da meccanismi espliciti e tangibili, come ad esempio i

¹³⁹ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 154, Manchester University Press, Manchester, 2021.

sistemi di sovvenzione pubbliche che costruiscono un enorme sistema di formule legali e applicazioni¹⁴⁰. Sono in particolare le applicazioni a creare un iter procedurale potenzialmente infinito nel quale, come ricorda Groys, si dovranno continuamente presentare progetti che ottengano l'avallo per un finanziamento pubblico di qualche tipo, e se l'idea verrà rifiutata, sarà dal progettista rimodulata affinché possa essere accolta. Il filosofo dei media russo crede che qualunque sia il nostro ruolo, ci ritroveremo costantemente e continuamente a proporre o rifiutare progetti. Scrivere una domanda di progetto è un'arte in sé, perché gli scrittori devono trovare un equilibrio tra una visione promettente e la prosa noiosa dei moduli burocratici.

Questo imperante regime di applicazioni del mondo dell'arte è stato definito *grant art* da Janek Sowa, al fine di schernire i processi curatoriali e artistici dei sistemi di sovvenzione, i quali hanno portato ad orientare l'interesse culturale più sulle opportunità, che siano borse di studio, commissioni o inviti, che su qualsiasi altra preoccupazione. Difatti, si è venuto a creare un vero e proprio regime della sovvenzione, la cui forma di controllo si manifesta nell'obbedienza volontaria basata sugli incentivi, piuttosto che sulle costrizioni e sulle punizioni. Isabelle Bruno è convinta che le forme di controllo che regolano l'attività di concessione siano paragonabili al benchmarking, il quale, utilizzato come modalità di governance, risulta tanto più efficiente quanto si allontana dalla coercizione e dall'aspetto legale¹⁴¹.

Sowa discute la *grant art* come parte del processo di NGO-isation, con cui intende una particolare forma di auto-istituzionalizzazione che provoca enormi conseguenze. Sono stati molteplici i casi in cui si è assistito a trasformazioni di iniziative non governative in organizzazioni pressoché governative, altamente burocratizzate. La tendenza ad istituzionalizzarsi deriva dalle urgenze di raggiungimento delle sovvenzioni, dal bisogno di accedere al sostegno pubblico, che il sistema della rete artistica ha oramai imposto come unica procedura. È da questo processo che si deve la nascita delle 'istituzioni di progetto' professionali, la cui sopravvivenza, come indica Szreder, dipende dall'accesso alle opportunità, quindi ai progetti, regolate dai sistemi di sovvenzione.

¹⁴⁰ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, Manchester University Press, Manchester, 2021.

¹⁴¹ *Governing Social Creativity Through Benchmarking*, Isabelle Bruno, In Joy Forever. Political Economy of Social Creativity, edited by Michał Kozłowski, Krystian Szadkowski, Agnieszka Kurant, Jan Sowa, and Kuba Szreder, 143–57. London: MayFly Books, 2014.

Le candidature però, non rappresentano solo una forma innocua di finzione progettuale, composta da vuote promesse, quanto piuttosto sono strumenti per plasmare la realtà in base alle aspettative delle persone che controllano l'accesso alle opportunità. Szreder sostiene che questa nuova modalità di governance rappresenti uno strumento di smantellamento dello stato sociale. Le candidature si radicano in un più grande progetto etico e politico neoliberista, costruito sulla competizione, la quale rappresenta la principale modalità di organizzazione della società. È paradossale che i richiedenti del sostegno competano così ferocemente per quella che appare come una risorsa in calo, il che contrasta totalmente con la funzione socioeconomica che promuove la presentazione della domanda come modalità principale per garantire l'accesso al welfare sociale. Il curatore polacco è convinto che:

Applications are aimed at manufacturing consent, evacuating risks and thwarting resistance, turning applicants into docile grant recipients.¹⁴²

¹⁴² *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 43, Manchester University Press, Manchester, 2021.

3.2.2. La circolazione

Non resta che analizzare in che modo si manifesti il funzionamento della circolazione artistica in rete. A livello strutturale, è importante ricordare che le reti artistiche operano come generatori di capitale simbolico e sociale, espandendosi attraverso progetti che possono, ma non devono necessariamente, essere successivamente trasformati in profitto. Ciò rappresenta un punto cruciale del funzionamento del sistema in rete, in quanto il capitale può essere sfruttato nella sua forma simbolica senza essere convertito in equivalenti monetari, bensì volto ad acquisire prestigio o aumentare soft power. È chiaro che corporazioni, capitalisti singoli o una municipalità possono capitalizzare ad esempio l'atmosfera di una città trasformata dalle generazioni precedenti tramite l'istituto immobiliare, ma questa non rappresenta l'unica soluzione per sfruttare a proprio vantaggio il capitale simbolico che si genera nella rete artistica. Basti pensare agli accordi di sponsorizzazione tra istituzioni museali pubbliche e multinazionali di ogni ambito, come ad esempio la partnership stretta tra la Tate Modern e la British Petroleum. In questi casi, il lavoro sociale generato e condensato nella circolazione artistica viene trasformato in capitale sociale e reputazionale, controllato da attori che, dirigendolo a proprio vantaggio, rafforzano i propri marchi, legittimando gli ambigui programmi aziendali. Questi processi vengono solitamente riconosciuti come operazioni di *art-washing*, nei quali viene utilizzata l'aura artistica per annebbiare l'opinione pubblica circa le criticità all'interno di una grande azienda. Allo stesso modo, anche le fondazioni non governative e le agenzie statali tendono ad incoraggiare la circolazione infinita attraverso modalità di finanziamento culturale legate ai progetti che, se da un lato portano ad una sovrapproduzione degli eventi artistici, saturando il contesto culturale nel quale vengono manifestati, dall'altra contribuiscono ad aumentare il valore condensato nelle reti, capitalizzato dagli stessi finanziatori nella loro ricerca di legittimazione.

Detto ciò, la circolazione potrebbe sembrare caotica perché in continua trasformazione. Effettivamente essa riesce ad espandersi tramite la proliferazione di connessioni, e i suoi apparati in rete viaggiano senza tregua. Però, Kuba Szreder crede che questo movimento incessante serva solamente a mascherare alcune strutture di privilegio piuttosto solide. Egli crede che l'idea alla base sia quella di far trapelare il concetto secondo cui la circolazione in rete sia un flusso in perenne movimento che segue una dinamica innata, un po' come la concezione della circolazione globale della finanza, che tende ad essere

immaginata come separata dal mondo materiale, quindi troppo distante per una comprensione di tutti, ma soprattutto che sia mossa da una naturale dinamicità che la rende troppo complessa perché qualcuno possa controllarla.

La regola generale della circolazione artistica si dovrebbe risolvere nel fatto che ogni progetto sia effettivamente il risultato di una cooperazione collettiva, anche se la realtà dimostra quanto i progettisti atomizzati competano per limitate opportunità. Alla base del funzionamento della circolazione artistica vi è infatti il processo di coopezione, termine derivante dalla letteratura del management, con cui solitamente si indica un mercato nel quale le imprese, e così i progettisti, devono cooperare per creare un *pool* di risorse e al tempo stesso competere per acquisirne la quota migliore. Szreder sostiene che:

In co-opetition, the incentive for getting involved in cooperative processes derives from the potential rewards for individuals or enterprises. This term is well suited to describe the paradoxes of artistic circulation, as the ability to link seemingly contradictory strategies of cooperation and competition constitutes the backbone of any successful career in a world infused with the new spirit of capitalism.¹⁴³

In questo senso, le reti artistiche presentano un funzionamento alquanto differente rispetto alle reti di altri settori, come ad esempio quello tecnologico, dove l'istituto del copyright delinea il campo di opportunità di profitto. Pur prevalendo la dinamica competitiva rispetto a quella cooperativa anche nelle reti artistiche, l'ineguale possibilità di raggiungere determinati profitti è dovuta alla naturalizzazione dell'ineguale distribuzione del capitale reputazionale e delle connessioni sociali. Queste disuguaglianze, seguendo l'ideologia egemonica neoliberista, vengo presentate come il risultato giustificato esclusivamente dal merito individuale, piuttosto che come conseguenza dell'acquisizione competitiva dei frutti della cooperazione sociale. Le reti artistiche devono grandissima parte della loro produzione di valore proprio alla cooperazione di una moltitudine di attori dei quali molto spesso non ci si ricorda. Mikořaj Ratajczak sostiene che i prezzi delle opere d'arte siano sostenuti, non tanto dal plusvalore creato all'interno dello studio artistico, quanto piuttosto dalla totalità dei processi creativi e delle interazioni sociali che si svolgono nel campo dell'arte. Kuba Szreder, nel suo «Cruel economy of authorship» sostiene che la personalizzazione e la privatizzazione di processi

¹⁴³ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 97, Manchester University Press, Manchester, 2021.

e progetti a cui partecipano un grande numero di operatori tendano ad essere attribuiti ad un singolo - che sia un artista, un curatore o uno scrittore - a causa della convinzione sociale dell'attribuzione autoriale. Crede che, in questo ambito, non sia nemmeno necessario la protezione tramite il dispositivo del diritto d'autore, ma è sufficiente che un'idea venga associata a un individuo dalle economie reputazionali specifiche della circolazione artistica. Si giunge dunque a quella che Gregory Sholette definisce *dark matter*, con cui designa tutta la materia e il lavoro artistico sommerso che nella propria invisibilità costituisce l'energia e la struttura del mondo dell'arte a cui viene attribuito valore. Egli afferma che «the art industry must ghettoize the majority of its qualified participants in order to generate artistic value»¹⁴⁴. Per comprendere lo sfruttamento operante nell'universo artistico, Sholette utilizza il vocabolario marxista, indicando la materia oscura come un esercito di riserva del lavoro artistico, ovvero tutti quegli operatori artistici e culturali che al momento non sono impiegati, ma che rappresentano una fornitura di manodopera a basso costo che ne consente lo sfruttamento da parte del capitalista. Tutta questa attività non viene riconosciuta per mezzo del lavoro salariato, cosicché il valore prodotto viene catturato e setacciato come capitale individualizzato da coloro che hanno abbastanza potere reputazionale per rivendicare i risultati della cooperazione sociale come se fossero di loro creazione. Il valore così prodotto viene definito come 'lavoro d'amore anonimo' che, eseguito dagli abitanti della rete artistica per lo più non pagati e invisibili, mantiene funzionante l'infrastruttura della circolazione artistica, consente la realizzazione di progetti e supporta le traiettorie individuali del mondo dell'arte visibile. Howard Becker crede che questa tipologia di lavoro rimanga invisibile poiché ad essa non viene attribuita nessun connotato autoriale. Egli propone la categoria del personale di supporto come esplicativa di questo andamento: quella moltitudine il cui lavoro è socialmente necessario per l'esecuzione di qualsiasi sforzo artistico, che allo stesso tempo non viene considerata autrice di un dato progetto o di una data opera¹⁴⁵.

Negli ultimi decenni la rete globale dell'arte è cresciuta esponenzialmente. Hans Belting sosteneva che a cavallo tra il XX e il XXI secolo si è assistito all'emergere di una vera arte globalizzata. Più precisamente si è venuto a creare un universo artistico costituito da vari

¹⁴⁴ *Dark Matter: Art and Politics in the Age of Enterprise Culture*, Gregory Sholette, New York: Pluto Press, 2011.

¹⁴⁵ *Art Worlds*, Howard S. Becker, University of California Press, 1984.

mondi regionali e nazionali differenti ma al contempo estremamente interconnessi. La circolazione globale può essere intesa come una maglia interconnessa di milioni di persone, singolari e condensate in istituzioni. Una rete vibrante che valica tutti i confini, tango geografici quanto disciplinari, collegando il campo delle arti a quello di altri settori, rigettando totalmente e continuamente le tradizionali rivendicazioni di autonomia artistica della società borghese, da cui però non riescono mai a liberarsi realmente. Effettivamente, Szreder, riprendendo le analisi del filosofo Federico Vercellone, afferma che la circolazione artistica condivide tratti simili a quelli di altri campi sociali del capitalismo cognitivo, nei quali il capitale non si accumula direttamente attraverso l'organizzazione della produzione e l'impiego diretto della forza lavoro, ma i cui valori vengono indirettamente catturati al servizio dell'accumulazione.

Il sistema adottato per la costruzione di valore in rete nella circolazione artistica riflette il grande cortocircuito insito al proprio interno, e cioè la manifestazione nostalgica per una data autonomia artistica che si scontra con la volontà di incorporarsi in sistemi sociali ed economici del capitalismo globale. Il mondo dell'arte e i suoi abitanti sono ancora parzialmente investiti del credo bohemien, quindi dalla convinzione di detenere uno statuto in qualche modo speciale, che però, a differenza del passato, viene riarticolato nella richiesta di libertà personale, creatività e auto-direzionalità. Questa richiesta più generale di autonomia, che porta gli abitanti delle reti artistiche ad immaginarsi come individui liberi, che lavorano senza supervisori o capi, crea un ulteriore paradosso. Poiché tutti questi operatori, nelle varie forme in cui si manifestano, si ritroveranno ad inseguire un progetto dopo l'altro e saranno cronicamente oberati dal lavoro. Szreder crede che i progettisti siano portati ad accettare questa condizione a causa della forma di controllo sociale distribuita, in rete e interiorizzata, a cui sono sottoposti. La classe creativa progettista è totalmente auto-regolamentata, in modo simile alle forme di auto-controllo teorizzate da Deleuze, ovvero «forme ultrarapide di controllo fluttuante che sostituiscono le vecchie discipline che operano nell'intervallo temporale di un sistema chiuso»¹⁴⁶, vigenti nella società disciplinari foucaultiane. Il sistema di governamentalità delle reti dell'arte, pur differenziandosi nelle modalità di applicazione dalle imprese in rete analizzate da Boltanski e Chiappello, ne condivide alcuni tratti. Il lavoratore intellettuale assomiglia sempre di più al manager nomade, in particolare nelle forme di

¹⁴⁶ *Poscritto sulle società di controllo*, Gilles Deleuze, in *Pourparler*, Quodlibet, 2000.

mobilità con cui si contraddistingue, sia a livello fisico che a livello fantasmatico. Brian Holmes sostiene che i personal computer e i dispositivi che lo accompagnano sono tanto strumenti industriali quanto culturali, i quali incarnano il compromesso tra controllo e creatività. Questi strumenti offrono la stimolazione per il desiderio errante insito tanto nel lavoratore intellettuale quanto nel manager, ma al contempo fungono da strumenti portatili di controllo sul lavoratore e sul processo produttivo frammentato¹⁴⁷.

D'altronde, se l'operatore artistico ha intenzione di omettersi da questa forma di controllo subisce l'esclusione, che secondo Szreder, rappresenta il vicolo cieco della circolazione artistica. L'esclusione è proprio uno di quei meccanismi che riproducono la materia artistica oscura di cui parla Sholette, prefigurandosi come la principale sanzione promulgata ai progettisti disobbedienti. Szreder riconosce che l'esclusione è privatizzata, seppur vi siano persone in tal senso svantaggiate che, a causa del loro genere, nazionalità, classe o capacità fisiche compromesse, subiscono con maggior probabilità il dispositivo di esclusione. L'esclusione si definisce in virtù della mancanza di progetti, connessioni e visibilità. Boltanski e Chiappello, nella loro analisi del meccanismo della rete, sostengono che l'esclusione rappresenta sia una forma di privazione che una modalità di sfruttamento radicata nella società di rete. Per essere presente il progettista deve forzatamente circolare. Difatti, se smette di muoversi, cessa di esistere, e quindi diviene invisibile. I due autori francesi riscontrano nel meccanismo di esclusione uno strumento sistemico, generatore delle disuguaglianze specifiche della circolazione artistica, dove i differenziali di mobilità sono moltiplicati dalle disparità nella visibilità artistica. Coloro che vengono esclusi, non essendo più connessi, sono costretti ad abbandonare qualunque barlume di visibilità e questo comporta l'eliminazione di un terreno comune nel quale le disuguaglianze possono essere discusse. Quindi, il meccanismo diseguale non solo si perpetua nel tempo, ma si amplifica, aumentando la forbice tra il visibile e l'invisibile. Infatti, il meccanismo della rete funziona tramite effetti esponenziali, sia a livello di accettazione che di esclusione. Questa criticità si acuisce ancor di più se si ragiona sul fatto che nel mondo delle reti non esiste un reddito senza progetti; perciò, l'emarginazione dalla connessione provoca un deterioramento delle basi materiali dell'esistenza.

¹⁴⁷ *Flexible Personality*, Brian Holmes, Transversal, 2002.

3.2.3. Il progettista

Come già accennato il progettista è la traduzione del termine 'projectarian' che conia Kuba Szreder per indicare tutte quelle persone che, per sopravvivere, non hanno altra scelta che realizzare e implementare progetti. Nonostante l'ironia che aleggia intorno al termine, con esso, Szreder vuole intraprendere uno sforzo materialista, critico e dialettico per comprendere le condizioni della forza lavoro artistica altamente mobile. In questo paragrafo si cercherà di capire quali effetti produce il nuovo regime della rete artistica e culturale, basato interamente sulla progettualità artistica, su coloro che abitano queste reti, ovvero quegli operatori dell'arte che compongono la nuova classe creativa.

Szreder si convince che il progettista sia tanto simile quanto distante dalla figura del proletario. Sono simili in quanto entrambe le categorie di lavoratori sono costrette ad inseguire possibilità temporanee di impiego fornite da progetti o lavori strutturati come se fossero progetti; ma al tempo stesso emerge grande distanza dal momento che i progettisti sono riconducibili agli imprenditori di sé stessi, in quanto i progetti permettono loro di capitalizzare le proprie competenze, connessioni sociali e reputazione in cambio di opportunità e altri guadagni futuri.

Nel descrivere il progettista, Szreder trova grandi similitudini tra l'élite dei progettisti e i 'proficiens'¹⁴⁸ coniatosi dall'economista Guy Standing, con cui definisce la classe di professionisti altamente qualificati che, pur lavorando con modalità simili ai lavoratori precari, sono in grado di beneficiare della mobilità offertagli dal capitale, dai contatti e dalle competenze di cui dispongono, riuscendo a collocarsi tra i ranghi più alti del mercato del lavoro. Oltre a ciò, nella sua riflessione, Szreder è esplicitamente debitore della teoria del 'lavoro immateriale'¹⁴⁹ di Maurizio Lazzarato e della riflessione intorno ai lavoratori come 'virtuosi'¹⁵⁰ di Paolo Virno. Il lavoro immateriale esprime un concetto tramite cui il filosofo di matrice marxista esibisce l'intenzione di evidenziare le grandi differenze tra le vecchie forme di lavoro industriale, che riducono i lavoratori alle loro capacità manuali, e le nuove forme di lavoro, le quali invece impegnano i soggetti cognitivamente e

¹⁴⁸ *The Precariat. The New Dangerous Class*, Guy Standing, New York: Bloomsbury, 2014, New York.

¹⁴⁹ *Lavoro immateriale. Forme di vita e produzione di soggettività*, Maurizio Lazzarato, Ombre Corte edizioni, 1997.

¹⁵⁰ *Grammatica della moltitudine, Per una analisi delle forme di vita contemporanee*, Paolo Virno, DeriveApprodi, 2004.

affettivamente. Il lavoro immateriale è quindi caratterizzato da produzione intangibile, qualitativamente identica ai flussi affettivi generati dall'interazione e dal contatto umano. Invece, nella riflessione attuata da Virno si legge che i lavoratori contemporanei sono virtuosi, in quanto soggetti all'enfasi sistematica posta sulla prestazione individuale, sulla presentazione pubblica e sul loro coinvolgimento cognitivo nell'esecuzione dei compiti. Virno teorizza il 'lavoratore virtuoso' riflettendo sul pensiero di Luciano Bianciardi, il quale, già negli anni Sessanta si interrogava sull'inaluttabilità dei lavoratori culturali, cioè sul loro essere «lubrificante, al massimo vasellina pura»¹⁵¹ degli ingranaggi della nascente società dei consumi e dello spettacolo. Perciò, sostiene Virno, «mentre la produzione materiale di oggetti è demandata al sistema delle macchine automatizzato, le prestazioni del lavoro vivo assomigliano sempre di più, invece, a prestazioni linguistiche-virtuosistiche»¹⁵².

Gli stimoli e i riferimenti che hanno spinto Szreder a coniare il termine 'projectarian' sono dunque diversi, pur afferendo dalla stessa matrice marxista. Il ricercatore polacco, nell'esplicitare i pensieri da cui ha attinto, giunge ad affermare che:

Projectarians are both 'immaterial workers' and 'virtuosos' of projects, as the practice of making projects involves a bundle of intertwined activities, such as looking for opportunities, connecting, proposing, applying, relating, assembling, reporting. But more fundamentally, the projectariat is defined by its intrinsic dependency on the flow of interchangeable opportunities, and thus exposed to the risks of opportunism, cynicism, precarity and fear. On the other hand, certain forms of political mobilisation are available to projectarians, including productive withdrawals, establishing of patainstitutional support structures, interdependent unmaking of the individualistic fixations and creating lasting affiliations with the social and political struggles of other groups of precarious workers¹⁵³

Il progettista artistico tende a vivere sulla soglia della povertà, il rapporto affettuoso con l'arte spinge artisti, curatori e assistenti vari a perseguire le proprie ambizioni artistiche anche se ciò comporta che tutte le loro altre esigenze debbano essere alienate. Infatti, la progettualità artistica si basa sulla presunzione, resa naturale dalle istituzioni artistiche,

¹⁵¹ *La vita agra*, Luciano Bianciardi, pp. 132, 1962, Feltrinelli, Milano.

¹⁵² *Grammatica della moltitudine, Per una analisi delle forme di vita contemporanee*, Paolo Virno, DeriveApprodi, 2004.

¹⁵³ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 237, Manchester University Press, Manchester, 2021.

secondo cui il lavoro venga alimentato non tanto dalla retribuzione correlata quanto per l'amore verso i propri progetti, artistici o meno che siano. Questa riflessione porta al concetto di 'lavoro d'amore' teorizzata nel 1975 dall'artista e curatrice Jenny Richards, con cui inizialmente veniva indicato il meccanismo di sfruttamento della riproduzione sociale, ma che oggi, potrebbe facilmente essere ricondotto al più ampio concetto di 'remunerazione affettiva' con cui Richards denota l'appropriazione di massa del processo di cui sopra, al di là della riproduzione sociale, in cui l'affetto diventa la forma principale di remunerazione¹⁵⁴. E, ritornando sull'affiliazione tra progettista artistico e proletario promossa da Szreder, può essere utile introdurre la riflessione del ricercatore italiano Gigi Roggero, il quale afferma che gli artisti, a differenza dei lavoratori proletari, esprimano maggiore difficoltà nel riconoscere e rigettare le istanze di sfruttamento. I progettisti artistici faticano ad abbandonare le proprie gallerie e i propri progetti, come se solo rimanendo all'interno della circolazione artistica potessero assicurarsi un rifornimento continuo della sostanza desiderata.

Detto ciò, la figura del progettista artistico deve dotarsi di alcune caratteristiche ben precise. Deve essere innanzitutto un *networker*, ovvero una macchina in moto perpetuo, un individuo che riesca a costruire contatti con facilità, che sia in grado di cogliere le opportunità al volo e che sia pronto a riversarsi nei luoghi dove gli altri si affollano. Il progettista si delinea nel credo postmoderno di grande scetticismo nei confronti della routine. Incarna quindi alla perfezione la circolazione artistica, ha bisogno di realizzare progetti per averne ancora di più, si muove per continuare a muoversi. La caratteristica del *networker* porta il progettista ad essere un conformista, evita il rischio quando esso può tramutarsi in rifiuto sociale. Una previsione fallita o una moda mal interpretata possono causare un drastico crollo della reputazione, un paio di progetti mal riusciti a un'atrofia dei contatti. Boltanski e Chiappello identificano la figura del *networker* come una persona eticamente compromessa, che «si appropria di tutte le connessioni effettivamente o potenzialmente utili (...) per deviarle verso il proprio profitto personale»¹⁵⁵. Più in generale, il progettista come *networker* è un individuo pseudo-individualista, tendenzialmente parassitario del lavoro altrui, che vive in una eterotopia, cioè in un non luogo, perché deve essere incessantemente presente e sempre altrove.

¹⁵⁴ *Labours of Love: A Conversation on Art, Gender and Social Reproduction*, Jenny Richards, Third Text, 2017.

¹⁵⁵ *Il nuovo spirito del capitalismo*, Luc Boltanski e Eve Chiappello, pp. 94, Mimesis Edizioni, 2014.

È anche vero, che in tale caratteristica del progettista, Szreder riesce a trovare anche dei lati positivi, tanto che afferma:

As artistic circulation is painted in all shades of grey, even the networkers have an array of positive functions. In the best possible case they are like bees who pollinate by moving between contexts and places, in what can be intellectually fertilising and artistically inspiring. Networkers are often excellent companions, telling good and engaging stories from remote corners of the earth, travelling so that others do not have to move so much. Radicants, those plants that thrive on the roots of others, might become beneficial for the entire ecosystem, but only if they manage to establish an actually symbiotic and not parasitic relation. Otherwise, they just professionalise cynicism and opportunism, instead of propagating the common by sharing connections and expanding networks.¹⁵⁶

Detto questo, il progettista deve essere un velocista, viaggiare con acutezza tra un progetto e l'altro, in quanto la sua vita quotidiana è strutturata da scadenze incombenti. In tal senso, la condizione del progettista è naturalmente fondata sul tempo. Ogni progetto crea la sua tasca spazio-temporale, la quale inizia con una domanda e si conclude con la stesura di un rapporto. Contemporaneamente il progettista deve essere in grado di lavorare già sul progetto che sostituirà quello in fase di compimento. In più, difficilmente il progettista lavorerà su un singolo progetto alla volta, bensì seguirà più progetti in contemporanea, che in questo modo tenderanno ad accumularsi. Questo porta il progettista ad avere una concezione del tempo particolarmente distorta, nella quale il passato è confuso e l'orizzonte stesso delle azioni si dissolve. Szreder afferma che un afflusso di scadenze simultanee tende a generare un eccesso di efficienza tattica. Dovendosi concentrare su un presente imminente a causa dell'incombenza delle scadenze, il progettista perderà qualunque capacità di pianificazione sul lungo termine. Szreder ironizza su questa condizione che affligge il progettista, tanto che scrive:

After all, who has time to think about the next five years, make preparations for a major upheaval, or a pandemic? There are too many things to be finished by tomorrow.¹⁵⁷

¹⁵⁶ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 202, Manchester University Press, Manchester, 2021.

¹⁵⁷ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 118, Manchester University Press, Manchester, 2021.

Raunig è convinto che questa temporalità, che definisce striata e levigata dalle interruzioni guidate dai progetti, consenta nuove forme di sfruttamento che si estendono oltre il posto e l'orario di lavoro poiché i progettisti artistici non «conoscono on e off, ma solo innumerevoli versioni on»¹⁵⁸. Come conseguenza di questa temporalità fittiziamente libera, l'impegno dei progettisti artistici diviene una forma potenzialmente infinita di nuove possibilità di mercificazione.

Oltre a ciò, il progettista deve essere un imprenditore di sé stesso. Nel mondo dei progetti il successo è individualizzato; in esso vige l'economia del vincitore secondo cui uno solo riuscirà a capitalizzare l'opportunità. Pur realizzando spesso i progetti insieme ad altri, i progettisti si muovono tra di essi come individui atomizzati. Per assicurare la propria sopravvivenza il progettista artistico deve competere, correndo rischi e pianificando razionalmente la propria attività di investimento in progetti futuri. Il progettista come imprenditore di sé stesso deve considerare le proprie conoscenze, competenze, capacità emotive e reti sociali come una forma di capitale da investire, tramite cui ottenere un vantaggio nei confronti dei progettisti concorrenti. L'indole ad essere imprenditore di sé stesso si accompagna da un'ulteriore caratteristica di cui il progettista artistico deve dotarsi, ovvero l'entusiasmo. Il progettista deve essere un entusiasta, perché all'interno della circolazione artistica l'entusiasmo rappresenta una risorsa fondamentale e necessaria, la cui funzione principale è quella di facilitare la sovrapproduzione di progetti, la riproduzione di istituzioni e l'espansione della rete. Angela McRobbie descrive il progettista creativo come:

The cheerful, upbeat, passionate, entrepreneurial person who is constantly vigilant in regard to opportunities for projects or contracts must display a persona that mobilizes the need to be at all times one's own press and publicity agent.¹⁵⁹

L'entusiasmo però, può rappresentare anche uno stimolo per attivare processi virtuosi. Nelle sue forme non corrotte si presenta come espressione di potere collettivo, quello che la letteratura post-marxista italiana definisce potenza, ovvero una capacità collettiva di auto-organizzazione radicalmente democratica¹⁶⁰. Il problema che riscontrano molti

¹⁵⁸ *Factories of Knowledge, Industries of Creativity*, Gerald Raunig, Semiotext(e), 2013, Los Angeles.

¹⁵⁹ *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*, Angela McRobbie, Polity Press, Cambridge, 2016.

¹⁶⁰ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 122, Manchester University Press, Manchester, 2021.

autori però si riassume nel fatto che sempre più spesso l'entusiasmo viene catturato dagli apparati della circolazione guidata dal progetto, provocando una corrosione del carattere del progettista, che tende sempre più ad uniformarsi al paradigma imposto dalla rete. Il sociologo della cultura Pascal Gielen sostiene che questa tipologia di impegno entusiasta, così corrotta dalla circolazione di progetti, contribuisca a stabilire un'etica del lavoro secondo cui questo dovrebbe essere sempre piacevole, in cui il dinamismo è incondizionatamente stimolato dai giovani talenti, in cui la retribuzione perde costantemente importanza¹⁶¹. Questo comporta che i progettisti tendano a rimanere impegnati nonostante le compromesse condizioni finanziarie e la precarietà imposta strutturalmente. Ciò che emerge da questa riflessione è che ogni progettista si ritroverà costantemente ad investire sé stesso in imprese collettive il cui guadagno non è mai assicurato. In tal senso, la complicazione principale si esibisce nel fatto che l'accumulazione non avviene solo attorno ai progetti, ma all'interno del vasto e caotico mondo delle reti e delle relazioni transitorie. Infatti, Szreder chiarisce che gli imprenditori del sé prosperano tipicamente sul lavoro sociale generato e accumulato nella circolazione e non sui piccoli pezzi acquisiti da progetti individuali. Questo meccanismo fa emergere una dinamica di opportunismo, ulteriore cifra di cui i progettisti devono dotarsi. Infatti, elementi come opportunismo e cinismo sono diventate modalità operative necessarie per poter sopravvivere all'interno delle reti dei progetti artistici. Virno offre una definizione piuttosto neutra di opportunismo, secondo cui gli opportunisti sono coloro che si confrontano con un flusso di possibilità intercambiabili, rendendosi disponibile al gran numero di esse, cedendo a quella più vicina e poi deviando rapidamente verso un'altra. Effettivamente, la cifra opportunistica all'interno della rete non deve avere necessariamente una connotazione negativa perché, come ricorda Szreder, i progettisti devono navigare nell'insidioso mare delle reti, navigando in territori pericolosi e cercando ansiosamente rifugi sparsi e temporanei.

L'ultimo elemento che tendenzialmente contraddistingue il progettista artistico è la povertà. Infatti, come dimostra Hans Abbing, l'ottanta per cento degli artisti guadagna al di sotto della media e più della metà guadagnano meno del livello ufficiale di povertà di paesi come i Paesi Bassi¹⁶². Non potendo contare su un reale ritorno monetari, si è soliti

¹⁶¹*Being an Artist in Post Fordist Times*, Pascal Gielen, Paul de Bruyne, NAI Publishers, Rotterdam, 2009.

¹⁶²*Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*, Hans Abbing, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2002.

pensare che il progettuale artistico possa almeno godere di una serie di privilegi, come istruzione, mobilità e contatti, i quali dovrebbe offrire loro una rete di sicurezza non ufficiale che almeno in parte compensa i redditi bassi e i deficit di welfare. La realtà è però ben diversa. Il posizionamento elitario dell'intellettuale all'interno della società è ormai sparito insieme ai principi bohemien della società borghese, mentre ciò che è rimasta è la bassissima redditività enfatizzata dall'enorme precarietà dilagante della classe creativa. Guy Standing è convinto che la maggioranza dei progettisti si trova in una condizione di rischio sistemico di precarietà cronica, come conseguenza della relazione intrinseca tra individualismo, opportunismo e libertà legata al progetto. Isabelle Lorey crede che la precarietà del progettista artistico sia una condizione auto-eletta. Sostiene che l'auto-precarizzazione della classe creativa renda i produttori culturali facilmente sfruttabili ed essi, sembra che riescano a tollerare questa condizione con infinita pazienza, come se facesse parte della propria condizione ontologica, causata dalla imperscrutabile convinzione nella propria libertà, nella propria autonomia e nelle proprie fantasie di autorealizzazione. Szreder crede che per combattere la precarietà i progettisti debbano:

(...) unmake their fixations on the entrepreneurial self and, at the same time, challenge the system of exploitation that is based on the privatisation of the common, embracing the distributed labour of love. Thus, these communities of mutual care are essential to the maintenance and growth of the fundamental interdependence of projectarians.¹⁶³

Queste caratteristiche, o per meglio dire, queste capacità di cui il progettista deve dotarsi ed è costretto a manifestare per poter sopravvivere all'interno della rete tendono a minarne la salute fisica, ma soprattutto mentale. Szreder riconosce che tanto il burn-out quanto la depressione cronica siano fenomeni prevedibili all'interno della circolazione artistica. Franco 'Bifo' Berardi sostiene che la tendenza a raggiungere stati psico-fisici patologici sia paradigmatica per la figura del progettista artistico, in quanto vivendo nella circolazione artistica, la quale confonde la distinzione tra passione e produzione, obbliga le anime stesse delle persone al lavoro¹⁶⁴. Quando i progetti iniziano a sovrapporsi, a susseguirsi la vita del progettista tende al caotico, producendoli enormi sacche di stress per cui il burn-out

¹⁶³ *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*, Kuba Szreder, pp. 227, Manchester University Press, Manchester, 2021.

¹⁶⁴ *L'anima al lavoro. Alienazione, estraneità, autonomia*, Franco 'Bifo' Berardi, DeriveApprodi, Roma, 2016.

è la reazione naturale. Ma anche quando le opportunità scarseggiano, il tempo tra un progetto e l'altro non può che essere riempito da convulsi tentativi di assicurarsene uno, disperdendo grandi quantità di energia fisica e mentale. Mark Fisher, nel suo «Realismo Capitalista» diagnostica una depressione endemica al sistema capitalistico contemporaneo. Il filosofo britannico getta luce sulla questione della responsabilità, affermando che non sia compito degli individui risolvere il proprio disagio psicologico. Crede che non possa essere accettata l'estesa privatizzazione dello stress che ha avuto luogo a partire dalla fine degli anni Settanta, giungendo ad affermare che sia la stessa natura disfunzionale del capitalismo a costituire le fondamenta per un disagio psicologico così diffuso. Sempre riguardo alla diffusione contemporanea della depressione cronica, Berardi sostiene che sia riconoscibile come una 'patologia della responsabilità', dominata da un sentimento di inadeguatezza, caratteristico dell'afflizione mentale tipica delle professioni precarie, come quelle che operano nella produzione in rete delle industrie creative.

Del resto, se il fallimento viene presentato come rappresentazione di una carenza personale e non sistemica, non dovrebbe sorprendere che così tanti lavoratori artistico-culturali indipendenti si ritrovino in uno stato depressivo.

3.3. Sindacalizzare i progettisti dell'arte: il caso Biennialocene

L'assemblea di lavoratori e lavoratrici dell'arte e della cultura che ha preso il nome di Biennialocene nasce nel maggio 2023 a Venezia con l'intento di affermare i diritti dei lavoratori e delle lavoratrici dell'arte, i quali differiscono per mansioni, contrattualizzazione e aspirazioni professionali. Il caso di Biennialocene può sicuramente essere annoverato tra le azioni assembleari che Kuba Szreder riconosce come essenziali per migliorare le condizioni alienanti e prive di ogni forma di sicurezza della rete artistica. Sul sito di Biennialocene si legge che «l'assemblea si pone come luogo di auto-organizzazione e di mobilitazione contro le condizioni di precarietà e sfruttamento che caratterizzano il settore artistico della città di Venezia»¹⁶⁵. Questa assemblea ha presentato dei tratti simili a quelle azioni che vengono definite 'scioperi dell'arte' che, come ricorda Szreder, spesso assomigliano a proteste o picchetti e non implicano necessariamente alcun rifiuto del lavoro da parte degli operatori artistici coinvolti, il che li differenzia dagli scioperi tradizionalmente concepiti, nei quali la precondizione esistenziale è proprio la sospensione dell'attività lavorativa.

Un'analisi di Biennialocene deve essere introdotta da una premessa. Tra le varie città considerate all'interno della rete dell'arte contemporanea globale, Venezia è sicuramente *sui generis*. Al di là delle ovvie motivazioni storiche e strutturali, la città lagunare presenta una determinante peculiarità che si riassume nell'evento che ogni anno dal lontano 1895 prende vita all'interno della città: La Biennale. La presenza di una così importante manifestazione ha reso Venezia la città-evento culturale per antonomasia. La Biennale ha ricoperto un ruolo cruciale nel rendere Venezia uno dei più importanti luoghi di arte contemporanea a livello internazionale, tanto che, oltre ai numerosi eventi di caratura internazionale che ogni anno si manifestano in città, nel corso dei decenni sempre più capitali privati sono confluiti in direzione della Serenissima, comportando la proliferazione di sempre più istituzioni private - tra fondazioni, gallerie e imprese culturali - che ad oggi popolano la laguna delineando la rete e la conseguente circolazione artistica veneziana. La Biennale - oltre ad attrarre una massiccia ondata di capitali, che difficilmente sarebbero confluiti in laguna senza la sua presenza - esprime ormai da molti anni il suo ascendente su giovani operatori culturali, i quali guardano a Venezia come meta

¹⁶⁵ Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

di potenziali opportunità in campo artistico, mecca dell'arte contemporanea, dove i desideri di successo e di realizzazione del sé potrebbero essere esauditi. Questi, costituiscono la trama della classe creativa cittadina, una moltitudine di progettisti artistici speranzosi di entrare a far parte della rete. Al tempo stesso, La Biennale non si limita solamente a ricoprire il ruolo di attrattiva all'importazione di capitale umano ed economico, quanto piuttosto delinea la governance dell'apparato artistico e culturale (e non solo) veneziano. Questa mastodontica mostra deve essere concepita come un Leviatano da cui tutto il tessuto artistico veneziano dipende, che sia in modo diretto oppure in modo indiretto. Tantissimi sono i giovani operatori culturali che per i sei mesi di apertura della mostra popolano l'Arsenale e Giardini, cercando di ottenere quel reddito che gli permetta di portare avanti i propri progetti; così come sono molti gli spazi indipendenti e le gallerie che affittano il proprio spazio per ospitare i tanti eventi collaterali che animano la programmazione della Biennale. È proprio dalla formidabile e pervasiva centralità che questo evento ricopre all'interno della città di Venezia che deriva il nome dell'assemblea che ci proponiamo di analizzare.

Sempre all'interno del testo con cui Biennialocene si presenta si legge che, come risultato di diverse assemblee che tra giugno e ottobre del 2023 si sono susseguite, è emersa la Carta metropolitana del lavoro culturale, scritta collettivamente da tutte le personalità partecipanti. La Carta nasce dalle discussioni che si sono consumate durante le molteplici assemblee e da un'inchiesta sul campo. Essa sorge come risultato di un confronto trasversale tra l'eterogeneità delle figure partecipanti, grazie alla facilitazione di realtà che già da molti anni si battono per migliorare le condizioni del lavoro in ambito artistico e culturale come Sale Docks, Institute of Radical Imagination, ADL Cobas e Mi Riconosci?. La Mappa si sviluppa intorno a sette punti. Il primo rappresenta probabilmente il terreno su cui, a livello internazionale, si è dibattuto maggiormente nel corso degli anni, ovvero il salario. Il primo punto della categoria del salario solleva fin da subito una questione importante, in esso infatti si legge «I lavoratorə del settore della cultura sono lavoratorə»¹⁶⁶. Sembrerà assurdo, ma la nozione di lavoratore dell'arte potrebbe ancora oggi sembrare una contraddizione in termini. Anzi, come scrive Szreder, è stata considerata fin un decennio fa come una nozione paradossale, prima che diventasse di senso comune dopo anni di sostegno da parte di sindacati, collettivi e singoli ricercatori

¹⁶⁶ Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

che riuscirono a rendere più popolare l'idea che le attività artistiche debbano essere retribuite proprio come gli altri tipi di lavoro. Il ricercatore polacco asserisce che l'obiettivo perseguito nell'utilizzo della terminologia di 'lavoratore dell'arte' sia rivolto proprio a sfatare l'assioma romantico secondo cui i bohemien e gli artisti più che lavorare, fossero dediti alla realizzazione di una vocazione. Perciò è fondamentale utilizzare e normalizzare questa terminologia, cosicché le attività inerenti alla sfera artistica possano essere formalmente riconosciute, e di conseguenza possano essere sostenute la sicurezza sociale e i salari per le persone che lavorano nei settori artistici e accademici, giungendo a considerarli come una sottospecie di un gruppo più ampio di lavoratori precari. A questo punto vale la pena aprire una parentesi storico-politica riguardo al concetto di lavoratore dell'arte. Secondo Corina Apostol, curatrice facente parte di Art Leaks, ovvero una piattaforma che riunisce i lavoratori radicali dell'arte nella regione dell'Europa sud-orientale, la storia dell'utilizzo del termine 'lavoratore dell'arte' rimanda al produttivismo e costruttivismo russo, i quali si consideravano come dei tecnici volti alla progettazione della dimensione estetica di una nuova società rivoluzionaria. Julia Bryan Wilson suggerisce che l'Art Work Coalition - una delle principali coalizioni di artisti operativa nella New York a cavallo tra gli anni Sessanta e Settanta, la quale considerava gli artisti come dei veri e propri lavoratori subordinati a galleristi, musei, curatori, collezionisti - non abbia utilizzato la nozione di 'lavoratore dell'arte' in senso letterario, quanto piuttosto in senso politico, come una metafora politicamente carica per segnalare la propria affiliazione con le istanze proletarie e per indirizzare la discussione verso problemi correlati ai fondamenti economici della produzione artistica¹⁶⁷. Allo stesso modo gli attivisti dell'arte contemporanea inseriti in Biennialocene utilizzano la nozione per sindacalizzare le persone che lavorano nel settore dell'arte contemporanea.

Al secondo e terzo punto della sezione riguardante il salario, la Mappa stabilisce il salario minimo da corrispondere al lavoratore culturale e la tipologia di contratto da utilizzare durante la stipula dell'accordo di prestazione. Si legge infatti che «si definisce che il salario minimo orario non può essere inferiore ai 10,00 euro (esclusi gli istituti contrattuali, il TFR e le somme corrisposte ad altro titolo)» e «Il Contratto nazionale di riferimento da applicare nel settore è il CCNL Federculture. Si fa espresso divieto di utilizzare altri CCNL che comunque assicurano una retribuzione e dei diritti inferiori a detto Contratto (Pulizie

¹⁶⁷ *Art Workers. Radical Practice in the Vietnam War Era*, Julia Bryan-Wilson, University of California Press, 2010.

multiservizi, Servizi Fiduciari, ecc.). Va prevista la stipula di accordi di secondo livello migliorativi». Questi punti intendono definire un benchmark di riferimento, perciò concretizzare un'attività lavorativa ancora lungi dall'essere stabilmente riconosciuta a livello burocratico. Senza prerogative di questo genere il rischio in cui si incorre è che il tempo, l'energia e le competenze dei lavoratori dell'arte vengano sfruttati per l'amore che dovrebbero provare nei confronti della propria vocazione artistica, oppure che queste non vengano remunerate monetariamente ma solamente tradotte in capitale reputazionale. Effettivamente sia le forme sociali che le forme simboliche del capitale sono lavoro umano oggettivo, il quale determina il successo di strategie mirate all'acquisizione futura di una posizione, di un lavoro o di una reputazione. Esse, anche se non direttamente espresse in forma monetaria, sono teoricamente convertibili in guadagni finanziari, ma solo potenzialmente. E' qua che si palesa il problema, tutto ciò che è potenziale non è strettamente empirico, indi per cui, un lavoratore dell'arte potrebbe ritrovarsi a offrire il proprio servizio gratuitamente nella speranza che questo si traduca in un futuro compenso monetario di cui non potrà mai avere la certezza. Per evitare ciò, dall'ormai lontano 2008, la piattaforma W.A.G.E. (Working Artist and the Greater Economy) si impegna nello sviluppo e nella regolamentazione del pagamento dei compensi degli artisti nel settore no profit. L'obiettivo che si pone W.A.G.E. è quello di stabilire relazioni economiche sostenibili tra gli artisti e le istituzioni che appaltano il lavoro artistico, e di introdurre meccanismi di autoregolamentazione nel campo dell'arte, che portino collettivamente alla distribuzione più equa della sua economia. Lanciata dal 2014 la Certificazione W.A.G.E. riconosce pubblicamente tutte le organizzazioni no profit che dimostrano l'impegno nel pagare volontariamente i compensi ai lavoratori dell'arte. Le istituzioni partecipanti devono rispettare gli standard W.A.G.E. riguardo le tariffe e i compensi da corrispondere in base alle diverse prestazioni acquisite. Ad oggi, negli Stati Uniti, si contano circa 135 istituzioni certificate W.A.G.E.. Esplicito riferimento alla certificazione suddetta lo si ritrova al punto otto della sezione 'salario' della Mappa di Biennialocene, nel quale il benchmarking definito da W.A.G.E. viene posto come uno degli standard da dover seguire nella retribuzione di un lavoratore creativo autonomo sul territorio veneziano. Allo stesso punto si legge che il compenso per il libero professionista debba essere pattuito sulla base dell'esperienza, della formazione e della competenza del suddetto, e soprattutto viene richiesto che nell'accordo di retribuzione il compenso non possa essere stipulato unilateralmente a vantaggio della committenza. La questione che

emerge da questa richiesta di regolamentazione rappresenta un punto chiave abbastanza complesso. Come abbiamo visto, il progettista artistico si ritrova continuamente a dover competere con altri progettisti, a maggior ragione nelle vesti di lavoratore autonomo. L'imprenditore del sé deve essere in grado di sfruttare in senso opportunistico le opportunità che si presentano, non potendo rischiare di scivolare ai margini della rete.

Nel punto successivo viene richiesto che sia reso trasparente il percorso dei contratti a termine o stagionali (di cui Venezia si alimenta fortemente), e che essi puntino alla stabilizzazione dei contratti. Al punto numero dieci invece, la Mappa si concentra sul tempo dei lavoratori della cultura che «in quanto cittadini ha un valore inalienabile»¹⁶⁸ e per questo motivo, nel punto successivo viene richiesta la limitazione dell'estrema flessibilità oraria, condizione paradigmatica dei lavoratori dell'arte. In particolare, viene richiesto che sia concordato «Qualsiasi cambiamento con i lavoratori stessi in modo da rendere possibile la conciliazione del tempo di vita col tempo di lavoro»¹⁶⁹. Leggendo queste parole, torna subito alla mente l'arringa di Gerald Raunig riguardo alla necessità di interrompere i regimi temporali imposti dalle istituzioni di progetto. L'autore credeva infatti che il regime temporale si manifestasse tramite l'interruzione, e si chiedeva cosa avrebbe potuto significare lo sciopero per quel tipo di lavoratori creativi, i quali, non conoscono *on* e *off*, ma solamente innumerevoli versioni di *on*¹⁷⁰. Nello spiegare come questo regime potesse essere sovvertito, Raunig porta l'esempio di Isola Art Centre a Milano, un gruppo di attivisti artistici nato nel 2001 che, secondo il filosofo tedesco riusciva ad 'interrompere le interruzioni' indotte dalla rete e dai progetti, impegnandosi in una produttività auto-gestita che descrive con:

an inventive reappropriation of time, (...) a wild and no longer servile industriousness allowing smooth and striated times to newly emerge (...) An industry that is no longer creative economy, but rather busyness in the vernacular, wild, disobedient, orgic industry.¹⁷¹

Nella Carta Metropolitana del Lavoro Culturale presentata da Biennialocene, alla questione del 'salario' succede quella della 'formazione, all'interno della quale si richiede che le

¹⁶⁸ Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

¹⁶⁹ Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

¹⁷⁰ *Factories of Knowledge, Industries of Creativity. Semiotext(e) Intervention Series 15*, Gerald Raunig, Semiotext(e), Los Angeles, 2013.

¹⁷¹ *Factories of Knowledge, Industries of Creativity. Semiotext(e) Intervention Series 15*, Gerald Raunig, Semiotext(e), Los Angeles, 2013.

competenze dei lavoratori vengano riconosciute come un valore, in particolar modo dal punto di vista contrattuale e dell'inquadramento professionale. Oltre a questo, la Carta impone che debba essere assicurata la formazione permanente da parte dei Committenti, «formazione che deve essere adeguatamente retribuita»¹⁷², specificando che i costi della formazione debbano essere a carico delle aziende. In tal senso, Szreder riconosce che l'economia dell'arte, che definisce capovolta, viene ricalibrata e tenuta a galla proprio da persone che, lavorando nella circolazione, sono portate a considerare i loro sacrifici attuali come investimenti in competenza, il cui obiettivo principale è quello di generare un portafogli di capitale sociale e simbolico utilizzabile in futuro per le loro prospettive professionali. Però, il morbo che si dipana nel mondo della rete è proprio rappresentabile nella corrosione delle competenze tradizionalmente riconosciute, per facilitare l'emersione e il dominio delle competenze afferenti all'imprenditore di sé stesso, di cui è già stato parlato.

Si giunge quindi al tema del tirocinio che emerge come terzo tema all'interno della Carta di cui si parla. Il tirocinio è una questione piuttosto problematica all'interno del percorso formativo italiano, prima connessione diretta tra il mondo universitario e il mondo del lavoro, prima frontiera chiamata a mediare tra la formazione propriamente definita e l'occupazione lavorativa. È proprio il suo rappresentare un momento transitorio – in quanto il tirocinio, quando curriculare, prevede che il tirocinante esibisca ancora lo statuto di studente – che fornisce un terreno fertile per eventuali abusi che possono tradursi in lavoro non retribuito, in spese di viaggi a carico del tirocinante e in richieste che superino quelle stipulate dalla norma. Per questo motivo, la Carta recita che «Tirocini e Stage devono essere sottoposti a verifica per evitare che costituiscano forme di lavoro non retribuito. Anche quando siano effettivamente riconosciuti come percorsi formativi devono essere adeguatamente retribuiti». E inoltre il «Tirocinio extracurricolare: secondo la normativa della Regione Veneto, l'indennità per un stage extracurricolare non può scendere al di sotto di 450 € (o 350 € con buoni pasto). Questa indennità deve essere portata a non meno di 650 € (o 550 € con buoni pasto) »¹⁷³.

La Carta procede nel suo sviluppo asserendo che venga rispettata la normativa del Testo unico sulla sicurezza D.lgs 81/08 riguardo la sicurezza sul posto di lavoro, il che risulta

¹⁷² Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

¹⁷³ Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

estremamente importante in una città che ospita un evento come La Biennale, nel quale alle mostre che si moltiplicano ogni anno corrispondono altrettanti momenti di allestimento e disallestimento, nei quali centinaia di operatori si ritrovano a dover maneggiare strumenti e oggetti potenzialmente pericolosi e a dover districarsi in ambienti dove la sicurezza deve essere garantita.

Il penultimo ambito di interesse che emerge dalla Carta assembleare è la «lotta al sessismo, al razzismo, all'abilismo». In esso si può denotare che «L'azienda o ente si impegna a determinare al proprio interno un ambiente libero dalle discriminazioni di genere, dal sessismo e dall'abilismo. Si impegna altresì a costituire al proprio interno commissioni o consessi periodicamente convocati, composti da lavoratrici e lavoratori che forniscono spazi sicuri per l'emersione ed il contrasto di episodi di discriminazione nei confronti di donne, persone queer, razzializzate e neurodivergenti»¹⁷⁴. Szreder sostiene che i progettisti artistici possono prosperare solamente quando le opportunità sono distribuite senza distinzione di genere, razza, cittadinanza o classe di origine, dove ognuno contribuisce con le proprie capacità e ognuno riceve secondo i propri bisogni. Il problema reale è che lo stesso Szreder riconosce che la grammatica organizzata dell'apparato progettuale della rete si dipana replicando le formazioni di potere e le relative sfumature coloniali, razziste e patriarcali. Effettivamente, l'illusoria piattezza delle reti, che dovrebbe ricondurre alla tanto millantata orizzontalità, nasconde in realtà una gerarchia fluida. Così come nella circolazione solo pochi sono i vincitori, mentre tutti gli altri sono destinati alla sconfitta, e tale vittoria dipende fortemente dall'accesso a varie forme di privilegi di genere, etnia, cittadinanza o classe. Infatti, Szreder riconosce che la circolazione artistica possa offrire una mobilità sfrenata per coloro che possono permettersela, ma al tempo stesso possa facilmente trasformarsi in una stretta dipendenza dal giogo delle opportunità, le quali saranno sempre troppo fugaci per coloro che non possono permetterselo. Infatti, il mondo dell'arte è pervaso dalla legge fondamentale dell'accumulazione sociale, la quale - consentendo alle persone che dispongono di maggior capitale di acquisire una quota ancor maggiore di lavoro sociale -, è particolarmente importante per mantenere gerarchie di classe, etnia e genere su scala globale, in un mondo di reti solo superficialmente orizzontale e appiattito. Quando Pascal Gielen criticò i curatori freelance definendoli 'joy rider', ovvero individui, opportunisti e

¹⁷⁴ Carta metropolitana del lavoro culturale, Biennialocene, 2023. [Carta | Biennialocene](#)

cinici, che vagano liberamente per il mondo alla ricerca di opportunità più interessanti e vantaggiose, stava in realtà descrivendo persone che godono di posizioni privilegiate all'interno della rete, mentre tutto il resto lotta per affrontare la realtà precaria. La retorica neoliberista del principio di meritocrazia, secondo Suhail Malik, rappresenta un'ideologia organica della struttura capitalista stessa perché rende naturale i privilegi ereditati¹⁷⁵. Queste analisi riattualizzano una riflessione di Pierre Bourdieu degli anni Ottanta, il quale, sosteneva che il mondo dell'arte e dell'istruzione funzionassero mediante modalità di riproduzione delle gerarchie di classe, perciò gli individui erano già preselezionati in base al privilegio della nascita e dell'educazione elitaria che infonde in suddette persone atteggiamenti, abitudini, sicurezza, modi di essere e accenti appropriati, positivamente valorizzati nell'arte e nel mondo accademico¹⁷⁶. Per concludere, si può certamente affermare che la circolazione, pur appiattendosi, tende a distribuire i suoi benefici a individui che già godono di un accesso privilegiato.

¹⁷⁵*Civic Virtue in Neoliberalism and Contemporary Art's Cartelisation*, Suhail Malik, *In Mom, Am I Barbarian?* 13th Istanbul Biennial Book, IKSU, Istanbul, 2013.

¹⁷⁶ *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Pierre Bourdieu, Il Mulino, Bologna, 2001.

Conclusione

Il pensiero di Stiegler e Abruzzese è risultato fondamentale per la comprensione tanto delle cause quanto delle conseguenze che si sono manifestate con l'avvento e l'implementazione del capitalismo estetico. Proprio la distanza tra le metodologie utilizzate dai due autori, che rende le loro riflessioni complementari, ha offerto una visione complessa ma strutturata, restituendo un'analisi piuttosto esaustiva. Ambedue gli autori concordano riguardo l'importanza della 'questione culturale', ovvero come essa sia oramai al cuore tanto dell'economia e dell'industria quanto della politica; perciò, entrambi ritengono che sia necessario che ogni fenomeno culturale venga analizzato in correlazione alla funzione normativa dell'industria. Alla base dei principi del sistema post-fordista emerge l'esigenza di agire direttamente sull'individuo, inteso come consumatore, fabbricandone i desideri. I due autori si trovano in disaccordo intorno al concetto di 'massa'. Se infatti Stiegler si allinea alla letteratura marxista, considerando la massa come inerme, pronta ad ingurgitare tutto ciò che le viene proposto dall'alto, Abruzzese crede che il pubblico rappresenti sé stesso nello spettacolo di massa, pagando per la sua stessa alienazione. Anche se, la questione dalla quale emergono i principali contrasti tra i due intellettuali è il ruolo ricoperto dall'avanguardia, e più in generale, riguardo alla funzione dell'artista. Infatti, Stiegler ritiene che le avanguardie storiche siano state generatrici di *conflitti estetici*, i quali hanno intessuto un processo di costruzione di quella che definisce 'simpatia' che, connotando l'estetica umana, produce una sorta di spinta creativa volta a realizzare una nuova sensibilità comune, costruendo di conseguenza la necessità e la curiosità per una comunità estetica a venire. Al contrario, Abruzzese non trova virtuoso l'operato delle avanguardie storiche, sostenendo che esse non abbiano funzionato come forma di resistenza al processo appropriativo attuato dall'industria culturale, quanto piuttosto come un fondamentale laboratorio per una nuova tipologia di industria, basata sul pubblico e sulla costruzione ideologica che lo legittima come tale.

Riportando la questione al contemporaneo, appare piuttosto chiaramente quanto la nostra epoca sia caratterizzata dall'estetizzazione di ogni sfera della vita, individuale e sociale, e di per sé, questo non rappresenta necessariamente un male. Le rivendicazioni dell'autonomia artistica proprie del modernismo e della società borghese sembrano non riuscire più a trovare la linfa necessaria al loro sviluppo. Trovo fondamentale ancora oggi

tenere a mente l'assunto, tanto di Stiegler quanto di Abruzzese, secondo cui sia necessario considerare il concetto di estetica in senso più ampio. È il sensibile che rappresenta il terreno intorno a cui costruire la società del futuro. Comunque la si pensi, la miseria del simbolico conclamata da Stiegler è preoccupante. La perdita di individuazione, ovvero la perdita di partecipazione alla produzione di simboli, intesi come frutti della vita intellettuale (concetti, idee, saperi) e della vita sensibile (arti, costumi, saper-fare), continua a diffondersi trasversalmente all'interno della società. Infatti, se come crede il filosofo tedesco, è il dispositivo estetico di socializzazione che permette agli individui di vivere insieme e di condividere il simbolico, configurando la collettività, il suo impoverimento diviene una questione tanto complessa quanto impellente. La 'guerra estetica' che Stiegler denotava all'alba del nuovo millennio si è ulteriormente intensificata: la realtà sociale in cui viviamo esibisce un netto disgregamento. In tal senso, può essere interessante la riflessione di Abruzzese intorno alla relazione tra intellettuale e massa. Il sociologo crede che l'intellettuale debba omettersi dall'esclusività di cui è stato tradizionalmente investito, sostenendo che il rischio in cui si incorre tutt'ora è che la critica che muove nei confronti dell'assetto sociale, tendenzialmente derivante dalla stessa negazione della società, lo portino a perdere contatto con lo stesso ambiente in cui quella critica dovrebbe essere espressa. D'altro canto, sostiene che:

(...) l'attribuzione alla cultura di massa, forma emergente di lavoro intellettuale collettivo, di una qualità illusoria – integrata al sistema dominante, subordinata se non persino funzionale al suo potere – mortifica ed esclude le dinamiche emotive, simulacrali, quindi proiettive e immaginali, che sono alla base dei processi di socializzazione e dentro l'anima stessa dei prodotti, dei mercati e del consumo. Alla base e dentro la vita attiva delle masse in quanto concretizzazione psicofisica della collettività in una sfera pubblica presente e visibile sul territorio.¹⁷⁷

La percezione che il prodotto culturale, ma più in generale l'estetico, sia ad esclusivo appannaggio del potere economico e finanziario rimane tutt'ora. Come del resto appare difficile valutare come infondate le accuse secondo le quali il capitalismo - che negli anni Settanta, per sopravvivere, è costretto ad abbandonare il sistema fordista per manifestarsi nel nuovo regime post-fordista – abbia strumentalizzato e strumentalizzi tutt'ora le istanze proprie dell'estetica e, più precisamente, dell'arte. Sembra piuttosto complesso rigettare le tesi che vedono anche questa nuova forma del sistema capitalistico, come del

¹⁷⁷ *L'industria culturale di Adorno e Horkheimer: una proposta di rilettura*, Alberto Abruzzese

resto tutte le altre, sussumere le istanze subalterne che di volta in volta appaiono all'interno della società occidentale. D'altra parte, come sostengono Lipovetsky e Serroy è lo stesso capitalismo a ritrovarsi all'interno di una condizione dominata dal paradosso: più tenta di essere razionale ed efficiente, più è costretto a fare ricorso a ciò che è contrario ad ogni forma di razionalità, quindi emozione, creatività ed estetica¹⁷⁸. Basti guardare all'avvento delle città creative, oramai saldamente presenti all'interno di ogni programma di sviluppo dell'Unione Europea, per comprendere quanto lo statuto artistico e culturale ricopra una funzione cruciale nella creazione di valore economico. Sono ormai molti i casi studio che dimostrano come dietro la retorica della riqualificazione vengano trasformati interi quartieri, espropriando i residenti, al fine della mera speculazione immobiliare. Oli Mould, nel suo «Against Creativity», racconta di quanto evidentemente emerga la manipolazione della creatività come fragile pseudonimo per la gentrificazione guidata dal settore immobiliare e dal *placemaking* su larga scala.

E questa percezione si enfatizza ancor di più se viene presa in considerazione la traiettoria che il campo della creatività persegue ormai da quasi mezzo secolo, soprattutto se la retorica che viene utilizzata rimanda al principio di libertà e di autorealizzazione del sé. Perché più che rendere autonomo l'individuo, sembra che dal nuovo regime creativo emerga una nuova forma di governamentalità foucaultiana, un ordine di controllo orientato alla creatività. Infatti, se da un lato il dispositivo creativo si esaurisce nel paradossale imperativo o obbligo di creare e innovare liberamente, dall'altro, il progetto, nuovo archetipo della condizione di lavoro autonoma, oltre a regolare l'auto-controllo tramite il meccanismo reputazionale, instaura nuove forme di sfruttamento del lavoro autonomo, in quanto i progettisti non «conoscono on e off, ma solo innumerevoli versioni di on»¹⁷⁹.

Purtroppo, la classe dei progettisti, a maggior ragione quando operanti nel settore artistico e culturale, è pervasa da una forma di precarizzazione che sembra essere cronica. Ad oggi si possono contare anche in Italia vari tentativi di sindacalizzazione della classe creativa. Oltre a Biennialocene, negli ultimi anni hanno preso vita altre realtà interessate alla tutela e alla promozione del lavoro artistico e culturale, come ad esempio AWI (Art Workers Italia) che, sorta nel 2020, ha rappresentato la prima associazione autonoma

¹⁷⁸ L'estetizzazione del mondo. Vivere nell'era del capitalismo artistico, Lipovetsky, Serroy, Sellerio Editore, 2017.

¹⁷⁹ *Factories of Knowledge, Industries of Creativity*, Gerald Raunig, Semiotext(e), 2013, Los Angeles.

nata con l'obiettivo di dare voce ai lavoratori e alle lavoratrici dell'arte contemporanea in Italia. La strada è ancora molto lunga, ma le manifestazioni di interesse verso una regolamentazione della suddetta categoria si intensificano, facendo presagire un miglioramento della condizione di lavoratori e lavoratrici operanti nel settore artistico e culturale.

Bibliografia

- Abbing, H. (2002). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Abruzzese A. (1968). *Cinema e politica*. Contropiano n. 1.
- Abruzzese, A. (1968). *Spettacolo e alienazione*. Contropiano n. 2.
- Abruzzese, A. (2001). *Forme estetiche e società di massa*. Venezia: Marsilio Editore.
- Abruzzese, A.; Borrelli, D. (2001). *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*. Roma: Carocci Editore.
- Abruzzese, A. (2013). «L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio». *H-ermes. Journal of Communication*, n. 1, 133-154.
- Adorno, T.; Horkheimer, M. (2010). *Dialettica dell'illuminismo*. Torino: Einaudi.
- Antonioli, M (2006). «La Svolta tecnologica della sensibilità». *Eterotopia, La catastrofe dell'immaginario: Ecosofia, Estetica, politica, Millepiani*, n. 30.
- Arendt, H. (2019). *Vita activa*. Milano: Bompiani.
- Argyris, C. (1973). «Personality and Organization. Theory Revisited, in *Administrative Science Quarterly*. Vol 18, n. 2, Sage Publications Inc.
- Aubrey, B. (1994). *Le travail après la crise*. Parigi: Interéditions.
- Bartezzaghi, S. (2021). *Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere definiti creativi e chi ce lo fa fare*. Milano: Bompiani.
- Baudrillard, J. (2018). *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*. Milano: SugarCo Edizioni.
- Baudrillard, J. (2017). *La sparizione dell'arte*. Milano: SE.
- Becker, H. (2012). *I mondi dell'arte*. Bologna: Il Mulino.
- Bellenger, L. (1992). *Ê tre pro*. Parigi: ESF
- Benjamin, W. (1966). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (1982). *Angelus Novus. Saggi e frammenti*. Torino: Einaudi.
- Berardi, F. (2016). *L'anima al lavoro. Alienazione, estraneità, autonomia*. Roma: DeriveApprodi.

- Beyes, T.; Metelmann, J. (a cura di) (2018). *The Creativity Complex: A Companion to Contemporary Culture*. Bielefeld: Transcript
- Bianciardi, L. (1962). *La vita agra*. Milano: Feltrinelli.
- Boltanski, L.; Chiappello, E. (2005). *Il nuovo spirito del capitalismo*. Milano: Mimesis Edizioni
- Bourdieu, P. (2001). *La distinzione. Critica sociale del gusto*. Bologna: Il Mulino.
- Bryan-Wilson, J. (2010). *Art Workers. Radical Practice in the Vietnam War Era*. CA: University of California Press.
- Campbell, C. (2005). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Caulfield, J. (1994). *City Form and Everyday Life: Toronto's Gentrification and Critical Social Practice (Heritage)*. Toronto: University of Toronto Press.
- Child, D; Reckitt, H; Richards, J. (2017). «Labours of Love: A Conversation on Art, Gender and Social Reproduction». Third Text.
- Codeluppi, V. (a cura di) (2023). *Forme estetiche e società ipermoderne*. Milano: Meltemi Editore.
- Codeluppi, V. (2019). «Capitalismo estetico». *Vita e pensiero, Studi di sociologia* n. 3, 227-238.
- Cristante, S. (2005). «Rileggere l'industria culturale». *Idee*, 58, 178-189.
[Stefano Cristante, Rileggere l'industria culturale - PhilPapers](#)
- de Bruyne, P; Gielen, P. (2009). *Being an Artist in Post Fordist Times*. Rotterdam: Nai Publisher.
- Debord, G. (2002). *La società dello spettacolo*. Bolsena: Massari Editore.
- Deleuze, G. (2000). *Pourparler*. Macerata: Quodlibet.
- Deleuze, G; Guattari, F. (2002). *L'anti-Edipo*. Torino: Einaudi.
- Dewey, J. (1968). *Natura e condotta dell'uomo. Introduzione alla psicologia sociale*. Firenze: La Nuova Italia.
- Fisher, M. (2018). *Realismo capitalista*. Roma: NERO Edizioni.
- Foucault, M. (2014). *L'ordine del discorso*. Torino: Einaudi.
- Graeber, D. (2018). *Bullshit Jobs*. New York: Simon & Schuster.
- Groys, B. (2013). *Going Public. Scrivere d'arte in chiave non estetica*. Milano: Postmedia.

- Guattari, F. (1992). *Chaosmosis an ethico-aesthetic paradigm*. USA: Indiana University Press.
- Holmes, B. (2002). «Flexible Personality». Transversal.
- Jameson, F. (1989). *Il Postmoderno, o la logica culturale del tardo capitalismo*. Milano: Garzanti.
- Kanter, M. (1992). *L'entreprise en éveil*, Moss Kanter Rosabeth. Parigi: InterÉditions.
- Kozlowski, M; Kurant, A; Sowa, J. (a cura di) (2014). *Joy Forever: The Political Economy of Social Creativity*. Londra: Maylfy/Ephemera.
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Latour, b. (2018). *Non siamo mai stati moderni*. Milano: Elèuthera
- Lazzarato, M. (1997). *Lavoro immateriale. Forme di vita e produzione di soggettività*. Verona: Ombrecorte.
- Leopardi, G. (2004). *Zibaldone di pensieri*. Milano: Mondadori.
- Maffesoli, M. (2017). *Nel vuoto delle apparenze. Per un'etica dell'estetica*. Formigine: Infinito Edizioni.
- Malik, S. (2013). *Civic Virtue in Neoliberalism and Contemporary Art's Cartelisation*. Istanbul: Istanbul Biennial book.
- McRobbie, A. (2016). *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. Cambridge: Polity Press.
- Mihan, A; O. Haakenson, T; Link, J. (2004). «Standard Deviation: An Interview with Jürgen Link. Modernity and the reign of normalism». Issue 15/The Average. Cabinet Magazine.
- [CABINET / Standard Deviation: An Interview with Jürgen Link](#)
- Mould, O. (2018). *Against Creativity*. London, New York: Verso.
- Ortega y Gasset, J. (2001). *La ribellione delle masse*. Milano: SE.
- Pellegrino, A. (2018). *Viaggi fantasmagorici. L'odeporica delle esposizioni universali (1851-1940)*. Milano: Franco Angeli
- Peters, t. (1993). *Liberation Management. Social Business*.
- Rancière, J. (2008). «Ist Kunst widerständig?». Berlino: Merve Verlag
- Raunig, G. (2013). *Factories of Knowledge, Industries of Creativity*. Los Angeles: Semiotext(e).

- Raunig, G; Ray, G; Wuggenig, U. (a cura di) (2011). *Critique of Creativity Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries'*. London: MayFlyBooks.
- Reckwitz, A. (2017). *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*. Cambridge: Polity Press.
- Simmel, G. (2012). *Estetica e sociologia. Lo stile della vita moderna*. Roma: Armando Editore.
- Simondon, G. (2021). *Del modo di esistenza degli oggetti tecnici*. Napoli: Orthotes Editrice.
- Sholette, G. (2011). *Dark Matter: Art and Politics in the Age of Enterprise Culture*. New York: Pluto Press.
- Schumpeter, J. (2002). *Teoria dello sviluppo economico*. Milano: Etas Editore
- Schumpeter, J. (2023). *Capitalismo, socialismo e democrazia*. Roma: Meltemi Editore.
- Segers, K; Huijgh, E. (2006). *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*. Bruxelles: Vrije Universiteit Brussel.
- Sidney, P. (2013). *In difesa della poesia*. Milano: Mimesis Edizioni.
- Slater, D. (1997). *Consumer Culture & Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Standing, G. (2014). *The Precariat. The New Dangerous Class*. New York: Bloomsbury.
- Stiegler, B. (2021). *La miseria simbolica. 1-L'epoca iperindustriale*. Roma: Meltemi Editore.
- Stiegler, B. (2004). «Soffocando il desiderio, le industrie culturali liquidano l'individuo». Il manifesto – Le Monde diplomatique.
- Stiegler, B. (2006). «La rimozione di Freud. Eterotopia, La catastrofe dell'immaginario: Ecosofia, Estetica, politica». Millepiani, n. 30, 9.
- Stiegler, B. (2023). *La colpa di Epimeteo: La tecnica e il tempo vol. I*. Roma: Luiss University Press.
- Stiegler, B. (2014). *Amare, amarsi, amarsi*. Milano: Mimesis
- Szreder, K. (2021). *The ABC of the projectariat. Living and working in a precarious art world*. Manchester: Manchester University Press.
- Szreder, k. (2013). Cruel Economy of Authorship. In *Undoing Property?*, edited by Marysia Lewandowska and Laurel Ptak, 41–56, Berlino: Sternberg Press.

- Vecellone, C. (2016). «Capitalismo cognitivo e reddito sociale garantito come reddito primario». Effimera.

[Capitalismo cognitivo e reddito sociale garantito come reddito primario - di Carlo Vecellone - Effimera](#)

- Virno, P. (2004). *Grammatica della moltitudine, Per una analisi delle forme di vita contemporanee*. Roma: DeriveApprodi.
- Weber, M. (2016). *Comunità. Economia e società*. Roma: Donzelli.

Sitografia

[HOME | Biennialocene](#)

[Capitalismo estetico | Nello Barile](#)

[L'estetizzazione | Vanni Codeluppi](#)

