

Riccardo Guidi

Consumi politici e denaro

Logiche d'azione trasformativa
nel campo economico



Sociologia

FrancoAngeli

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Riccardo Guidi

Consumi politici e denaro

Logiche d'azione trasformativa
nel campo economico



Sociologia

FrancoAngeli

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.
L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

Indice

Introduzione	pag. 7
1. Scelte di consumo e partecipazione: un'azione politica?	» 8
2. <i>Con</i> il denaro: alla ricerca della politicità del consumerismo	» 11
3. Pubblico, privato, denaro. L'antinomia del consumerismo	» 14
4. Traiettorie di politicità del consumerismo	» 18
5. La moneta sfidata. Un consumerismo politico radicale?	» 20
6. La struttura del volume	» 23
 Parte prima - Traiettorie di de(i)stituzione del denaro	
Contaminare. Il denaro ed i suoi usi plurali	» 27
1. Preliminari: le monete arcaiche di Karl Polanyi	» 28
2. I significati contaminano l'economico: le monete speciali	» 33
3. La logica <i>contaminante</i> del consumerismo politico	» 40
Disvelare. La società dentro la moneta	» 45
1. Scambio, valore, denaro. Un percorso a partire da Simmel	» 45
2. Il potere dell'astrazione monetaria	» 57
3. La logica <i>disvelante</i> del consumerismo politico	» 62
 Parte seconda - Consumerismo politico e denaro	
Il consumerismo politico. Premesse e fondamenti	» 69
1. Nel segno del mercato: un nuovo ciclo di protesta	» 70
2. Le metamorfosi della partecipazione	» 75
3. Il consumerismo: un'«azione collettiva individualizzata»	» 80
Contaminare e disvelare. Rileggere il consumerismo politico	» 87
1. Un dispositivo per l'azione politica nel campo economico	» 87
2. Scambio o consumo? Il <i>medium</i> del politico	» 88
3. Azione collettiva individualizzata, mercato e denaro	» 89
4. Un'articolazione dell'azione politica consumerista	» 91

5. Contaminare e disvelare: logiche dell'azione consumerista	pag. 96
6. In cerca di un'azione politica radicale in campo economico	» 105
Un breve riepilogo	» 109

Parte terza - Ordine economico e azione politica

La moneta vulnerabile. Autorità, fiducia, socializzazione	» 113
1. Istituire. Un percorso re-interpretativo	» 113
2. Il fattore F. Credenze collettive ed economia monetaria	» 118
3. Il fattore A. Una legittimazione politica per la moneta	» 122
4. Il fattore S. Mimesi della relazione monetaria	» 126
Conclusioni	» 130
I significati tra scambio e protesta. La Rete Economica	
Locale di Reggio Emilia	» 132
1. La costituzione della Rel	» 133
2. Principi di funzionamento della Rel	» 134
3. Cose e persone: scambi e base associativa della Rel	» 141
4. Come contare? L'equivalenza di valore in Rel	» 144
Conclusioni	» 147
1. Studiare il consumerismo politico con il denaro	» 148
2. Attraverso il denaro. Uno sguardo obliquo al consumerismo	» 152
3. Il potere della moneta, la moneta sfidata	» 159
4. Un passo indietro e due in avanti	» 163
Bibliografia di riferimento	» 165

Introduzione

Da tempo gli studiosi dei fenomeni politici hanno segnalato che accanto alle forme più “tradizionali” di partecipazione esistono e sono in crescita altre modalità di impegno politico e sociale. Questo insieme di difficile aggregazione è stato spesso identificato con il termine «partecipazione non convenzionale».¹ Vi si comprendono molteplici comportamenti manifesti che eccedono il repertorio tipico della partecipazione politica e non sono riconducibili agli attori politici classici né alle loro tipiche logiche e forme organizzative.

Il successo di questa categoria segna il superamento di una frontiera degli studi sulla partecipazione. Evidenzia innanzitutto una trasformazione delle forme, delle logiche, degli attori, e forse anche dello statuto, della partecipazione politica. Inaugura inoltre un nuovo ambito di studi che, se da una parte eredita i risultati della letteratura di sociologia e scienza politica, dall'altra rende necessari nuovi strumenti interpretativi. La formula “in negativo” (*unconventional*, non-convenzionale), sebbene molto efficace per fissare un'alterità, marca radicalmente questa difficoltà interpretativa e rende scivolosi i tentativi di comprensione generale.

È invece più agevole segmentare la costellazione dei fenomeni ascrivibili alla partecipazione non convenzionale in sotto-insiemi, composti da pratiche unificate da un denominatore minimo riconoscibile, e studiare gli elementi specifici che le caratterizzano.² Questo lavoro prova a seguire una strada analoga: selezionare un campo specifico della partecipazione non

¹ Cfr. Barnes S.H., Kaase M., *Political action*, Beverly Hills, Sage, 1979.

² Così facendo la letteratura italiana di sociologia e di scienza politica ha offerto ad esempio un contributo rilevante a comprendere i codici, i dispositivi d'azione, le tipologie di soggetti, le ambiguità dei movimenti sociali e politici e della protesta urbana (Cfr. Melucci A., *L'invenzione del presente. Movimenti sociali nelle società complesse*, Bologna, Il Mulino, 1991, della Porta D., Diani M., *I movimenti sociali*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, 1997, Vitale T. (a cura di). *In nome di chi? Partecipazione e rappresentanza nelle mobilitazioni locali*, Milano, FrancoAngeli, 2007, della Porta, Piazza G., *Le ragioni del No. Le campagne contro la Tav in Val di Susa e il Ponte sullo Stretto*, Milano, Feltrinelli, 2008).

convenzionale e lavorare per fare luce “in positivo” sui suoi caratteri più rilevanti.

1. Scelte di consumo e partecipazione: un'azione politica?

Tra le nuove forme di partecipazione che hanno più recentemente catturato interesse vi è senza dubbio quella che gli studiosi denominano «*consumerismo politico*».³ Con questa etichetta si tende ad identificare

*una scelta da parte del consumatore di produttori o prodotti basata su considerazioni etiche o politiche, o entrambe.*⁴

La categoria di *consumerismo politico* (d'ora in poi Cp) è stata comunemente utilizzata per aggregare, riconoscere e studiare una serie di azioni di consumo, piuttosto differenti tra loro, che si sono diffuse in tutto il mondo (soprattutto quello assai approssimativamente definito “sviluppato”), almeno a partire dagli anni '90.⁵ Se da una parte è difficile dubitare della crescita quantitativa degli atti riconducibili alla categoria del Cp, d'altra parte la circostanza che questo non figuri nei più recenti manuali di sociologia politica è forse un segnale non solo della sua novità ma anche delle difficoltà di iscriverlo nel campo dell'azione politica.⁶ Il Cp chiama probabilmente in causa la definizione di ciò che può essere considerata oggi un'azione politica, sollecitando a discuterla ed aggiornarla, a chiarire i suoi elementi costitutivi e a declinarli verso nuovi ambiti. È soprattutto questo a renderlo un «topico controverso e scomodo» per gli studiosi.⁷

³ Il termine è la traduzione italiana dell'inglese *political consumerism* che, seguendo Tosi S., *Presentazione*, in Tosi S.(a cura di), *Consumi e partecipazione politica. Tra azione individuale e mobilitazione collettiva*, Milano, FrancoAngeli, 2006, p.9, traduco con “consumerismo politico”.

⁴ Stolle D., Hooghe M., Micheletti M., *Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation*, in *International Political Science Review*, Vol.26, N.3, 2005, pp.245-269, p.246 (corsivo nel testo). Qualora non diversamente specificato, tutte le traduzioni da testi in lingua originale sono di Riccardo Guidi.

⁵ Cfr.Tosi S., *Dai consumi alla politica*, in Tosi S.(a cura di), *Consumi e partecipazione politica*, cit., Leonini L., Sassatelli R., *Consumatori e cittadini*, in Leonini L., Sassatelli R. (a cura di), *Il consumo critico. Significati, pratiche, reti*. Roma-Bari, Laterza, 2008.

⁶ Cfr.Costabile A., Fantozzi P., Turi P. (a cura di), *Manuale di sociologia politica*, Roma, Carocci, 2006, Biorcio R., *Sociologia politica. Partiti, movimenti sociali e partecipazione*, Bologna, Il Mulino, 2003, Janoski T., Alford R., Hicks A., Schwartz M.A.(eds), *The handbook of political sociology. State, civil societies and globalization*, New York, Cambridge University Press, 2005.

⁷ Micheletti M., *Political virtue and shopping. Individuals, consumerism and collective action*, New York, Palgrave, 2003, p.3

Come ha chiarito Tosi, nonostante le attenzioni crescenti della letteratura, il carattere *politico* del consumerismo è ancora «oggetto di controversia». ⁸ Tosi è più preciso nell'individuare il punto più delicato della politicità del consumerismo:

La tematizzazione del consumo come atto che appartiene alla sfera privata del soggetto individuale rende estremamente difficile sistemare il tema della politicità dei consumi entro schemi convenzionali [...] La distinzione/contrapposizione tra orientamento pubblico e orientamento privato e quella tra carattere individuale e carattere collettivo dell'azione di consumo costituiscono i criteri principali di identificazione della politicità del consumerismo e quelli che presentano i problemi più difficili. ⁹

La diagnosi di Tosi sulla controversa definizione politica del consumerismo è piuttosto chiara: in definitiva ciò che stride nella identificazione del Cp come politico è la sua collocazione decisamente spostata sul polo destro di un immaginario *continuum* tra azione pubblica e privata.

Questo libro origina da questo specifico oggetto di controversia per contribuire ad ampliare la conoscenza sulle possibili interpretazioni della logica dell'azione politica del consumerismo. ¹⁰ Il tentativo di superare l'ostacolo della definizione del Cp come azione politica non è nuovo. Come Tosi ricostruisce, alcuni tentativi di superamento della controversia hanno attinto dal repertorio della nuova partecipazione politica, ¹¹ altri hanno sviluppato tipologie a partire dalla regolarità degli acquisti politicizzati, dalla consapevolezza, dalle motivazioni e dall'attivazione dei consumatori, ¹² altri tentati-

⁸ Tosi S., *Dai consumi alla politica*, cit. p.29.

⁹ *Ibidem*, pp.31-34. Il contributo di Tosi, riferimento obbligato per chi intraprende in Italia uno studio del Cp, torna ripetutamente sul nodo pubblico/privato, individuale/collettivo, richiamando anche l'opportunità di inserire la trattazione di questi nodi in un'«ontologia dell'atto economico» e nella «logica monetaria dell'economia» (*ibidem*, pp.40-41). Il che istruisce lo studio del Cp nei binari di uno dei temi più noti alla teoria sociologica, quello tra attore e sistema, tra azione e struttura.

¹⁰ Per *logica d'azione politica* intendo in questa sede i modi di ordinare la connessione tra i fini e gli strumenti di un'azione trasformativa. Si tratta di una definizione molto standard che meriterebbe un approfondimento critico che non potrò fare. La circostanza di soffermarsi sulle logiche piuttosto che su altri elementi cruciali dell'azione pubblica intende soprattutto richiamare la dimensione dell'«appropriatezza» degli strumenti utilizzati a fronte di alcune finalità degli attori e di alcune regole caratteristiche di un campo d'azione (cfr March J.P., Olsen P., *Riscoprire le istituzioni. Le basi organizzative della politica*, Bologna, Il Mulino, 1992, capitoli II e VII). Come avrò modo di dire tra poco, ritengo che gli strumenti dovrebbero essere iscritti nel campo dello studio dell'azione pubblica, quanto le finalità e le identità degli attori.

¹¹ Cfr.Micheletti M., *Political virtue...*, cit.

¹² Cfr.Tallontire A., Rentsendorj E., Blowfield M., *Ethical consumers and ethical trade. A review of current literature*, in *Policy Series*, n.12, Social and Economic Development Department, Natural Resources Institute, University of Greenwich, 2001, Stolle D., Hooghe

vi ancora si sono concentrati sull'efficacia del Cp.¹³ Questi lavori hanno dato un notevole contributo a chiarire in che cosa possa essere definito politico il consumerismo. Sono forse rimasti eccessivamente fuori dallo sguardo degli studiosi i caratteri e gli *strumenti* specifici del "pubblico" nella sfera d'azione tipica dei consumatori politici. L'ipotesi essenziale di questo lavoro è che ritengo difficile dipanare il nodo della politicità del consumerismo senza la comprensione di che cosa può essere considerato "pubblico" nel campo d'azione tipico del Cp (il mercato) e di quali strumenti sono appropriati in questo "pubblico" (il denaro).

Per chiarire questa affermazione è forse utile partire da una riflessione preliminare sull'etichetta stessa di "Cp". Il dispositivo attivato da questa si svolge all'incrocio di una duplicità di attribuzioni di significato: con la prima si *conferma* l'azione in campo come atto di consumo e con la seconda la si *innova* come atto politico. Sebbene sia servito ad aggregare e rendere riconoscibile un insieme di comportamenti, questo dispositivo definitorio mi pare segnato da un'ambiguità che limita la possibilità di comprendere la politicità del "consumerismo". L'ambiguità deriva essenzialmente dalla circostanza di identificare la scelta di *consumo* e non lo *scambio* come snodo dell'azione politica. Ora, se è evidente che la scelta di consumo è ciò che qualifica il Cp, è stata attribuita forse troppa poca importanza al carattere situato e parziale delle decisioni di consumo nel più complessivo insieme di relazioni che costituiscono l'economico (o meglio ciò che si giudica essere tale).¹⁴ In altre parole, anche oltre quanto sarà possibile fare in questo volume, ritengo che sia utile cercare di definire il carattere politico del consumerismo a partire dalla considerazione della struttura delle relazioni dello scambio economico (le sue regole e le sue istituzioni), leggendo le forme d'azione pubblica del Cp anche "per analogia" e "per differenza" rispetto a questa struttura.

Si tratta di un approccio minoritario e non paradigmatico nel dibattito su Cp. La delimitazione dell'azione politica del Cp nel quadro delle scelte di consumo ha fatto finora spesso preferire definizioni, interpretazioni e disegni di ricerca incentrati dal lato dei soggetti, cioè dei consumatori.¹⁵ Oggi, soprattutto grazie a questi studi, conosciamo molto sulle motivazioni dei consumatori politici, sulle variabili socio-demografiche che li caratterizzano, sui repertori specifici di mobilitazione e molto altro ancora. Questa at-

M., *Consumers as political participants*, in Micheletti M., Stolle D., Hooghe M. (eds), *Politics, products and market*, New Brunswick, Transaction Publishers, 2004

¹³ Dubuisson-Quellier S., Lamine C., *Faire le marché autrement*, in *Sciences de la Société*, N.62, 2004, pp.144-167.

¹⁴ La circostanza per cui il mercato è, non solo lo strumento, ma anche il campo dell'azione tipica del Cp è un dato acquisito della letteratura (Cfr.Tosi S., *Dai consumi alla politica*, cit., pp.15-16).

¹⁵ Leonini L., Sassatelli R. (a cura di), *op.cit.*, Rebughini P., Sassatelli R. (a cura di), *Le nuove frontiere dei consumi*, Verona, Ombre Corte, 2008.

tenzione è stata foriera di notevoli risultati, ma al tempo stesso ha veicolato uno sguardo al Cp che ha colto, a mio avviso, solo in parte le regole costitutive del campo specifico in cui i consumatori esercitano la loro azione. Dal lato dello studio sui consumi, comunque, un'osservatrice attenta come Sassatelli rileva almeno implicitamente il bisogno di seguire la strada che ho indicato quando avverte sulle difficoltà di equiparazione tra acquisto e voto:

il consumo non è organizzato come un'azione direttamente politica [...] il passaggio dall'azione individuale [...] all'azione collettiva [...] è spesso tutto da fare [...] le decisioni di consumo da sole possono non bastare.¹⁶

2. Con il denaro: alla ricerca della politicità del consumerismo

L'osservazione dell'ambiguità dell'etichetta "Cp" segna la linea interpretativa fondamentale del presente lavoro. Esiste, a mio avviso, un'*alterità costitutiva del campo* in cui si situano i comportamenti di consumerismo politico rispetto ad altri campi dell'azione politica, senza considerare la quale è difficile cogliere la peculiare politicità dell'azione di consumo. Se il carattere politico di un'azione è definito nei termini della sua potenzialità/capacità trasformativa di elementi significativi del campo in cui si situa, allora il consumerismo può essere definito politico solo se viene situato nello scambio e nelle sue regolazioni.¹⁷ Detto in altro modo: come è logicamente possibile comprendere la politicità del *voto* (o di altra forma di partecipazione per cui non esistano dubbi che sia "politica") solo dentro le rego-

¹⁶ Sassatelli R., *Consumi e democrazia. Consumi critici, mercato alternativi, giustizia globale*, in Rebughini P., Sassatelli R. (a cura di), *op.cit.*, pp.68-71.

¹⁷ Collocandomi nel solco tracciato da Pizzorno A., *Le radici della politica assoluta*, Milano, Feltrinelli, 1993, in questa sede definisco, in generale, *politica* un'azione orientata ad una trasformazione possibile di alcuni elementi significativi del campo in cui si situa (cfr. *ibidem*, p.43). Con Crespi F., *Politica e potere*, in Costabile A., Fantozzi P., Turi P. (a cura di), *Manuale di sociologia politica*, cit., p.50, l'accento sul carattere trasformativo dell'azione politica può essere radicato in una nozione classica del pensiero e della pratica democratici. Come accade in molti ambiti di studio, dal pensiero femminista probabilmente si può imparare molto, anche se in questa sede non posso approfondire il tema: cfr. Butler J., *La disfatta del genere*, Roma, Meltemi, 2006 (ringrazio Arianna Mercaroni per il suggerimento bibliografico). Mi pare particolarmente stimolante, ancora seguendo Pizzorno, *op.cit.* (cfr. in particolare pp.13-16), ipotizzare che agendo per trasformare il campo, gli attori possano anche trasformare se stessi e la propria azione (nei termini di Pizzorno che essi possano «convertirsi»). È infine in questa sede molto rilevante l'attenzione che Pizzorno dà agli *strumenti* della politica: «la politica assoluta verrà dunque considerata non tanto, o non solo, come rappresentazione di un certo modo di organizzare un sistema politico, ma piuttosto come un modo di concepire, e possibilmente anche monovrare, *gli strumenti* considerati capaci di realizzare una desiderata forma della società» (*ibidem*, p.43, corsivo mio).

le del campo in cui si situa così è possibile comprendere la politicità del *consumo* solo dentro il campo in cui si situa.

L'argomento di fondo è che, come hanno dimostrato i differenti contributi neo-istituzionalisti, le istituzioni pesino nella strutturazione dei campi specifici in cui si realizza l'azione e che questa si definisca in termini relativi (anche creativi, ovviamente) rispetto agli elementi costitutivi del campo in cui si situa.¹⁸ Se ciò è sensato, i caratteri di politicità del Cp dovrebbero essere definiti a partire dalla matrice istituzionale del campo economico. Da questo punto di vista la definizione di consumerismo politico di Stolle, Hooghe e Micheletti, che pure ha molti pregi, mi pare rischiosa. Essendo incentrata sulle motivazioni etico-politiche degli attori, tende a veicolare uno studio del Cp dal lato dei soggetti. Il che non ha nulla di negativo (anzi), se non che temo che abbia finora significato almeno in parte espungere dall'agenda del dibattito una comprensione *situata* della politicità del consumerismo.

Con ciò non intendo affatto sostenere che la politicità si possa definire *senza* osservare attentamente cosa accade dal lato degli attori (motivazioni, strumenti d'azione, modalità organizzative...). Dubito piuttosto che si possa definire *solo* con riferimento a questi aspetti, ignorando le regole che, dentro un campo pre-costituito, i consumatori da una parte *ereditano* e dall'altra utilizzano, distorcono, inventano, in una parola, *sfidano*. Questo studio sul consumerismo costituisce dunque un tentativo propedeutico finalizzato a focalizzare la sua politicità a partire dalle regole costitutive del campo in cui si situa.

Questo campo può essere *oggettivamente e originariamente* riconoscibile come il campo della relazionalità tra soggetti diversi che realizzano uno scambio economico contraddistinto dal tipico dispositivo della reciprocità mercantile: ognuno dei soggetti coinvolti nello scambio dà e riceve qualcosa secondo la regola dell'equivalenza di valore. Il Cp si iscrive (viene auto-iscritto innanzitutto dai soggetti che lo praticano) nel campo della relazionalità -avente conseguenze economiche- studiato dalla scienza economica a partire da alcuni postulati sull'identità e le motivazioni degli attori.

Una tale stringente delimitazione può non essere affatto pacifica. Come documentato dalle ricerche empiriche, *altri* significati e altri *frame* interpretativi vengono infatti attivati dai consumatori politici. Questi significati e questi *frame allontanano* lo scambio economico dalla sua matrice "originaria". È proprio qui che si inserisce l'approccio di questo volume: la politicità del consumerismo sarebbe, a mio avviso, più comprensibile mettendo a tema *i caratteri dell'alterità* che separa lo scambio economico "originario" dallo scambio economico "politicizzato". I caratteri di questa alterità posso-

¹⁸ Il riferimento è qui soprattutto ai contributi contenuti in Powell W. W., Di Maggio P. J. (a cura di), *Il neoistituzionalismo nell'analisi organizzativa*, Torino, Edizioni di Comunità, 2000 e al testo fondamentale di March J.P., Olsen P., *Riscoprire le istituzioni...*, cit.

no essere intesi come il segno della creatività politica applicata al campo economico, ma possono anche rivelare la sua inconsistenza. Risulta dunque decisivo chiarire di *quale altro scambio* si stia parlando. Per mettere a fuoco alcune tra le più significative questioni sulla politicità del consumerismo può dunque essere utile concentrarsi sui dispositivi essenziali che costituiscono il campo dello scambio economico (il campo in cui i consumatori politici inseriscono il loro intento trasformativo)¹⁹ e sugli *strumenti* che utilizzano per cambiarlo, valutandone le coerenze ed i vuoti altrimenti riempiti.

Questo approccio allo studio del Cp è ispirato alla prospettiva della riflessione sull'azione pubblica *attraverso i suoi strumenti* recentemente proposta da Lascoumes e Le Galés.²⁰ Essi sostengono che gli strumenti utilizzati sono costitutivi dell'azione pubblica quanto le finalità degli attori e che la scelta di alcuni strumenti piuttosto che di altri non è indifferente. Gli strumenti non sono infatti «assiologicamente neutri» in quanto portano dentro il campo in cui si agisce «una certa interpretazione del sociale».²¹ Adottare questo approccio allo studio dell'azione pubblica al Cp significa non solo tematizzare con maggiore precisione di quanto è stato fatto finora il campo d'azione. Significa anche mettere a tema lo strumento tipico del consumerismo e leggere attraverso di questo la sua politicità. Ovvero, nei termini che in questa sede propongo, significa tematizzare il denaro e leggere il Cp *con il denaro*.

Questa proposta può contribuire ad innovare il panorama degli studi sul Cp. Ha comunque un precedente significativo ed incoraggiante nel recente numero monografico della rivista *Partecipazione e Conflitto* dedicato al tema "Partecipazione politica e denaro". L'intento dei curatori è stato in questo caso quello di

approfondire gli usi che del denaro vengono fatti per partecipare alla politica sia *avvalendosene che rifiutandolo*, o *affiancandolo* a nuove forme di scambio incentrate su una critica allo scambio monetario. In breve ci interessava approfondire ciò che gira intorno alle definizioni di *consumo critico*. Ci sembrava, infatti, che partire da questa specifica angolazione permettesse di rinvenire importanti connessioni con ambiti teorici e pratici assai ampi.²²

¹⁹ La definizione di consumerismo politico di Stolle D., Hooghe M., Micheletti M., *op.cit.*, p.246, citata sopra prosegue con un chiaro riferimento al cambiamento atteso: «i consumatori politici scelgono particolari produttori o prodotti perché vogliono cambiare le pratiche istituzionali o del mercato».

²⁰ Lascoumes P., Le Galés P. (a cura di), *Gli strumenti per governare*, Milano, Bruno Mondadori, 2009.

²¹ Lascoumes P., Le Galés P., *L'azione pubblica attraverso i suoi strumenti*, in Lascoumes P., Le Galés P. (a cura di), *Gli strumenti per governare*, cit.

²² Forno F., Tosi S., *Partecipazione politica e denaro: una introduzione*, in *Partecipazione e Conflitto*, n.3/2009, pp.5-16, p.5

Le parole di Forno e Tosi introducono molto bene la chiave interpretativa fondamentale di questo volume: la direzione che ho intrapreso consiste nello studio dei rapporti tra Cp e denaro e più precisamente nello studio del Cp *attraverso* il denaro. A mio avviso, questa prospettiva (*una* delle tante possibili, ovviamente) può contribuire ad articolare meglio di altre i caratteri della politicità del consumerismo. La scelta di adottare questo approccio deriva dalla circostanza per cui il denaro (a) da una parte è l'oggettivizzazione della *regola costitutiva*²³ del campo in cui il Cp situa la propria azione tipica (il campo economico) e (b) dall'altra è lo *strumento* (usato, affiancato, rifiutato, come elencano -forse non tassativamente- Forno e Tosi) dell'azione politica del consumerismo.

3. Pubblico, privato, denaro. L'antinomia del consumerismo

In questo studio il denaro è innanzitutto considerato come *un'eredità* che gli attori (individuali e collettivi) trovano sulla propria strada, almeno nella misura in cui essi riconoscano come "mercato" il campo in cui stanno agendo.²⁴ Il denaro costituisce infatti il supporto della mediazione generale e della regola costitutiva *ordinarie* dello scambio economico. Si incontra da questa prospettiva il contributo dei neo-istituzionalisti in sociologia che hanno rinnovato l'attenzione a

le istituzioni come variabili indipendenti, [...] i processi cognitivi e culturali, [...] le proprietà delle unità di analisi sovraindividuali che non possono essere ridotte ad aggregazioni o a dirette conseguenze di caratteristiche o ragioni individuali.²⁵

È stato messo ripetutamente in evidenza che, differentemente dagli approcci funzionalisti, questa rinnovata attenzione alle istituzioni si è smarcata da visioni ipersocializzate e passive dell'attore e dall'isomorfismo obbliga-

²³ Questo termine è diventato una delle parole tipica del vocabolario neo-istituzionalista. La cito per il significato che ha dato Searle J., *What is an institution?*, in *Journal of Institutional Economics*, Vol.1, N.1, 2005, pp.1-22, sebbene una trattazione specifica richiederebbe un approfondimento che in questa sede non posso fare più di quanto segue.

²⁴ Non sembra esservi dubbio che le pratiche di mercato (giusto per richiamare la formula utilizzata da Stolle, Hooghe e Micheletti) costituiscano un riferimento imprescindibile per gli attori del Cp. In questa sede specifica metto in evidenza l'eredità che il campo economico lascia agli attori nei termini di vincolo per l'azione, mentre nel paragrafo seguente la tratterò come risorsa per l'azione. Evidentemente questa distinzione ha un mero carattere analitico.

²⁵ DiMaggio P.J., Powell W.W., *Introduzione*, in Powell W.W., Di Maggio P. J. (a cura di), *Il neoinstituzionalismo nell'analisi organizzativa*, cit., p.15.

to delle pratiche d'azione.²⁶ I contributi neo-istituzionalisti in sociologia hanno piuttosto rilevato il ruolo importante delle *routine*, dei *frame* interpretativi e dei repertori d'azione condivisa per l'identità, l'azione e la cooperazione. Le istituzioni sarebbero caratterizzate innanzitutto da «regole costitutive», cioè, nella rielaborazione che ne danno i neo-istituzionalisti, da mappe cognitive che fissa «il modo in cui gli attori conoscono e si rappresentano l'ambiente circostante e le interazioni con gli altri attori» e che costituisce «la premessa ed il contesto in cui si sviluppano gli obiettivi degli attori».²⁷ Nell'approccio neo-istituzionalista, una volta stabilizzata, questa mappa cognitiva ha una sua propria persistenza e si riproduce senza il consapevole intervento attivo degli attori che la utilizzano:

le pratiche e le strutture diventano scontate e quindi non sono messe in dubbio né confrontate con delle alternative.²⁸

Le istituzioni, dunque, hanno un peso decisivo nel comportamento degli attori economici ed una ragione del loro dominio consiste nella circostanza che sono generalmente invisibili e indiscusse. Uno dei loro dispositivi di base è, scrive de Leonardis, la «doppia opacità»: precludono la vista ad altre possibilità e precludono la vista dei modi in cui vediamo.²⁹ Rendere visibile qualcosa di esse significa dunque già aprire una breccia nella comprensione dei loro funzionamenti ed eventualmente prospettare un loro mutamento.³⁰

Il denaro media la relazione tra chi sceglie e acquista beni di consumo da una parte e chi sperimenta le conseguenze degli atti di scelta e di consu-

²⁶ Cfr. Bonazzi G., *Presentazione* a Powell W. W., Di Maggio P. J. (a cura di), *Il neo-istituzionalismo nell'analisi organizzativa*, cit., p. XX, Trigilia C., *Sociologia economica*, Bologna, Il Mulino, 1998, p. 400.

²⁷ Barbera F., Negri N., *Mercati, reti sociali, istituzioni: una mappa per la sociologia economica*, Bologna, Il Mulino, 2008, pp. 67-74.

²⁸ Powell W. W., *Ampliare il raggio d'azione dell'analisi istituzionalista*, in Powell W. W., Di Maggio P. J. (a cura di), *Il neoistituzionalismo nell'analisi organizzativa*, cit., p. 261.

²⁹ de Leonardis O., *Le istituzioni. Come e perché parlarne*, Roma, Carocci, 2001, pp. 64-65. Da parecchi anni l'approccio cognitivista contraddistingue una parte importante degli studi organizzativi (Cfr. Bonazzi G., *Dire, fare, pensare. Decisioni e creazioni di senso nelle organizzazioni*, Milano, FrancoAngeli, 1999). In questo contesto il tema cruciale della *disattivazione* delle capacità generative nei contesti organizzativi è stato al centro della riflessione di Lanzara G. F., *Capacità negativa. Competenza progettuale e modelli di intervento nelle organizzazioni*, Bologna, Il Mulino, 1993 e di Weick K., *Senso e significato nell'organizzazione. Alla ricerca delle ambiguità e delle contraddizioni nei processi organizzativi*, Milano, Raffaello Cortina, 1997. Sul potere di invisibilizzazione delle istituzioni un riferimento imprescindibile è Douglas M., *How institutions think*, New York, Syracuse University Press, 1986.

³⁰ E, come invitano a ritenere gli studiosi cognitivisti dell'organizzazione, per vedere i propri modi di vedere spesso il veicolo necessario è un'altra azione pratica. Cfr. Lanzara G. F., *op.cit.*; Weick K., *op.cit.*

mo dall'altra. Se, come giustamente scrivono Rebughini e Sassatelli introducendo il loro testo recente sul Cp «i consumi privati non sembrano più così tanto privati»,³¹ occorre prendere in seria considerazione la circostanza per cui il denaro può essere considerato il lato *pubblico* dello scambio, dove il consumo è invece l'atto privato. Nei termini di Simmel, il denaro fissa «ciò che vi è in comune tra gli oggetti economici» (ovvero tra le relazioni economiche), «realizza la continuità dell'economia».³² Per Orléan, il denaro, nell'ordine economico, è lo strumento della completa socializzazione dello scambio, «la forma oggettiva del terzo mediatore».³³ Nell'introduzione della voce “denaro” del dizionario di sociologia, Gallino richiama alla circostanza per cui, in ragione delle sue connessioni con questioni «regolative, associative, comunicative, simboliche», oltre che fiduciarie ed istituzionali, «il denaro possiede con speciale evidenza il carattere di *fenomeno sociale totale*»,³⁴ che, in termini maussiani, equivale riferirsi al denaro come «espressione e sintesi dell'insieme della vita sociale di una data comunità».³⁵ Ma, sempre con Simmel (che, come vedremo, su questo punto specifico conferma l'analisi marxiana) sappiamo che il legame prodotto dal denaro è anonimo e paradossale, individualizzato e assoluto. Il consumerismo si trova da questo punto di vista di fronte ad un'*antinomia* su cui occorre riflettere per chiarirne lo statuto politico. Quale *publicness* può essere generata a partire da questa eredità? Come può un utilizzo politico del denaro produrre un nuovo pubblico se il denaro “unisce separando”?

Nella sua riflessione critica sul Cp, Pellizzoni ha, a mio avviso, introdotto magistralmente questo tema, valorizzando alcuni strumenti interpretativi della filosofia politica. Revisionando la dicotomia aggregazione/integrazione di March e Olsen con la dicotomia immunizzazione/contaminazione di Esposito e attingendo dall'opera di Dewey,³⁶ Pellizzoni ha posto come

³¹ Rebughini P., Sassatelli R., *Introduzione*, in Rebughini P., Sassatelli R. (a cura di), *op.cit.*, p.7.

³² Simmel G., *Filosofia del denaro*, Torino, Utet, 1984 (1900), p.187.

³³ Orléan A., *L'approche institutionnaliste de la monnaie: une introduction*, scaricabile all'indirizzo www.pse.ens.fr/orlean/depot/publi/Sudbury0704.pdf, p.3

³⁴ Gallino L., *Dizionario di sociologia*, Torino, Utet, 1978, p.223, corsivo mio.

³⁵ Copans J., *Critiques et politiques de l'anthropologie*, Paris, Maspero, 1974, p.40, citato in Kilani M., *Antropologia. Un'introduzione*, Bari, Dedalo, 1994, p.55. Piuttosto interessante confrontare la definizione di Gallino -che sembra aprire le porte ad un'ampia trattazione sociologica del denaro- con l'osservazione di Collins (citato in Zelizer V., *Vite economiche. Valore di mercato e valore della persona*, Bologna, Il Mulino, p.111 nonché in Ingham G., *The nature of money*, Cambridge, Polity Press, 2004, p.10) secondo cui il denaro viene ignorato «come se non fosse abbastanza sociologico».

³⁶ I riferimenti fondamentali sono a March J.G., Olsen J.P., *Governare la democrazia*, Bologna, Il Mulino, 1997, Esposito R., *Communitas. Origini e destino della comunità*, Torino, Einaudi, Torino, 1998, Esposito R., *Immunitas. Protezione e negazione della vita*, Torino, Einaudi, 2002, Dewey J., *The Public and its problems*, in Dewey J., *The Later Works*, Cambondale-Edwardsville, Southern Illinois University Press, 1984, Vol.II.

questione centrale per la comprensione del Cp, la definizione specifica del “pubblico” che in queste pratiche si ammette e si alimenta.

Le parti negoziali, l’impresa che si autoregola e il consumatore critico hanno una fisionomia familiare. È quella del sovrano di Carl Schmitt: colui che si chiama fuori da ogni norma sociale e decide sullo stato di eccezione. In questo senso la sovranità del consumatore è qualcosa di più di una metafora. La sovranità è insita nella logica della partecipazione immunitaria; nella figura “giuridicamente “privatistica” e logicamente “privativa” del contratto” [...]. Contraenti e attori auto-obbligati, infatti, sono individui (soggetti non-divisi, propri a se stessi, separati dagli altri) legati gli uni agli altri limitatamente alle prestazioni in oggetto e definitivamente liberati dopo la loro effettuazione. L’obbligazione è un sistema auto-referenziale: il mondo vi entra solo in base alle sue regole. Nulla di ciò che esiste o avviene ha rilevanza se non secondo quanto specificato. I terzi compaiono solo per come le parti, unici soggetti abilitati a stabilire la posta in gioco, li definiscono: un pubblico fatto a misura del mondo contrattuale da essi costruito. Ciò che è pubblico e ciò che è privato viene deciso privatamente.³⁷

Le considerazioni di Pellizzoni delimitano un’*antinomia politica del consumerismo*: promuovere e produrre nuove forme di pubblico con strumenti “immunitari”.³⁸ Il momento del passaggio tra privato e pubblico, nel Cp, è limitato al «foro deliberativo» privato-interiore. Si raggiunge tramite «un gesto di empatia» ed è «concretamente cercato per mezzo di contratti». ³⁹ In questa antinomia il denaro gioca un ruolo decisivo. Esso è da una parte lo strumento con cui il consumatore politico riempie, comanda ed orienta il contratto e dall’altra è lo strumento che collega il consumatore politico con il soggetto verso cui si è “immaginato” potessero ricadere le conseguenze delle scelte di acquisto. In altri termini, il denaro come intermediario tra soggetti privati (consumatore e produttore) è la condizione dell’effettivo potere pubblico del consumatore politico. Dal suo utilizzo il consumatore privato può fondatamente attendersi di esercitare *un proprio potere pubblico* perché il denaro è lo strumento del *potere privato altrui*. In questa grammatica (essenziale ed ereditata) il consumerismo può trovare una definizione specifica della sua politicità.

In definitiva, a mio avviso, l’elemento antinomico del dilemma del Cp è il denaro, o, meglio la struttura dei rapporti che il denaro rende ordinariamente possibili. Il denaro è infatti lo strumento “immunizzante” con cui il

³⁷ Pellizzoni L., *Politiche pubbliche e nuove forme di partecipazione*, in *Partecipazione e Conflitto*, N.0, 2008, pp.109-110.

³⁸ Cfr. Pellizzoni L., *The antinomy of accountability*, in Bostrom M., Garsten C. (eds), *Organizing Transnational Accountability*, Cheltenham, Edward Elgar, 2008.

³⁹ Pellizzoni L., *Tre problemi per la teoria del consumerismo politico*, in *Partecipazione e Conflitto*, n.3/2009, pp.43-49, p.44.

consumatore politico può produrre conseguenze pubbliche. Il denaro è l'elemento sintetico dell'antinomia: il denaro include completamente il terzo nello scambio e al contempo completamente lo esclude. Il denaro è -in sé e non metaforicamente- *il terzo incluso ed escluso*, il dispositivo cruciale a cui il Cp deve la propria forza e la propria ambiguità. Distendere i nodi di questa *antinomia del Cp* sembra una delle più serie poste in gioco per la comprensione della sua politicità. La proposta che avanzo ad introduzione di questo lavoro è che una sociologia politica del consumerismo avrebbe qualcosa da guadagnare sviluppando un'attenzione specifica per il denaro.

4. Traiettorie di politicità del consumerismo

Ho già chiarito che il denaro per il Cp non è solo un'eredità del campo in cui opera, ma anche il suo strumento tipico. Merita soffermarsi meglio sulle conseguenze di questa affermazione. Non solo per sottolineare ancora una volta che le istituzioni sono vincolo e risorsa per l'azione, ma anche per sottrarre il discorso sui rapporti tra attori ed istituzioni dello scambio economico dal possibile equivoco di voler alimentare visioni eccessivamente strutturaliste.

Considerando che sembra esservi accordo sulla circostanza per cui il potere dei quadri cognitivi e delle mappe orientative delle istituzioni non può «estirpare completamente l'indeterminatezza e l'equivocità dalla vita sociale», da prospettive diverse molti sforzi della letteratura sono già stati dedicati a declinare il ruolo creativo degli attori anche dentro un paesaggio istituzionale obbligante.⁴⁰ La lezione di Weick costituisce un riferimento cruciale per la comprensione del nesso tra creatività degli attori e dominio istituzionale.⁴¹ Callon ha recentemente ripreso, reinterpretato e ritematizzato in ambito economico queste considerazioni sostenendo che la stessa qualifica di "economico" attribuita ad azioni, regole, oggetti... è, all'interno di tutte le società, il risultato di azioni di «*performation*», è cioè attivato (*enacted*).⁴² Dopo la contrapposizione tra capitalismo ed economia di piano, Callon conduce, con il concetto di «*performation*», un programma di lavoro sull'economia come campo sperimentale, nel quale esiste ed è *co-performed* una pluralità di organizzazioni dell'attività economica.⁴³ Del resto

⁴⁰ Parri L., *Le istituzioni nelle scienze economico-sociali: una torre di Babele concettuale*, Dss Papers Soc 3-95, p.33.

⁴¹ Weick K., *Senso e significato nell'organizzazione...*, cit.

⁴² Çaliskan C., Callon M., *Economization, part 1: shifting attention from the economy towards processes of economization*, in *Economy and Society*, Vol.38, N.3, 2009, pp.369-398.

⁴³ Cfr. Callon M., *What Does it Mean to Say that Economics is Performative?*, in MacKenzie D., Muniesa F., Siu L. (eds.), *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, Princeton, Princeton University Press, 2007.

l'economista preferito dai consumatori politici, Latouche, parla di «invenzione dell'economia» ed ha più di una volta sollecitato, come recita il titolo italiano di una delle sue opere divulgative più recenti a «decolonizzare l'immaginario», usando «il pensiero creativo contro l'economia dell'assurdo»⁴⁴

Reinterpretando da questa prospettiva il nesso tra Cp e denaro, quest'ultimo non può limitarsi ad essere interpretato né solo nei termini di eredità intangibile che il campo economico lascia ai soggetti politici né solo come strumento dato per la loro azione. Il denaro è certo entrambe le cose ma, utilizzando il vocabolario di Latouche, forse il suo uso è più *creativo*. Andare alla ricerca della politicità del consumerismo significa, nell'approccio di questo studio, fare i conti con il denaro e con la sua potente logica, ma anche -nei termini di Callon- con i processi della sua *performance*. Si tratta, cioè, in questa sede, d'interpretare il potenziale trasformativo del Cp come un esperimento che sfida la regola costitutiva del campo economico. Provando ad esplicitare meglio una delle domande di ricerca fondamentali di questo studio: il Cp incide sulla regola costitutiva dello scambio economico ordinario, cioè sulla logica dell'equivalenza dei valori di scambio oggettivata e istituzionalizzata nel denaro?

Si tratta di una domanda ardua, per rispondere alla quale può essere utile considerare i contributi iscrivibili nella sociologia del denaro. La focalizzazione iniziale su questi contributi (capitoli 1 e 2) ha un'importanza fondamentale per questo lavoro, dato che i risultati ai quali pervengo nella Prima Parte fondano una possibile (ovviamente, ripeto, non l'unica) classificazione delle logiche d'azione del consumerismo politico. I risultati a cui sono giunto negli studi sul denaro mi sollecitano a identificare *due traiettorie* fondamentali con cui la sociologia ha de-istituzionalizzato il riferimento al denaro. Le due traiettorie possono costituire uno strumento euristico utile a concettualizzare un'azione politica sulla regola costitutiva dello scambio economico mediato dal denaro. Il senso di questa distinzione è che le traiettorie con cui la sociologia ha de(i)stituito il denaro, spezzando l'«atteggiamento naturale» di molti economisti e del senso comune, può essere utile per una *differenziazione logica delle strategie d'azione politica* dei consumatori. Definisco la prima traiettoria con l'aggettivo «contaminante» e la seconda con l'aggettivo «disvelante».

Se questo approccio può essere sensato e se la mia ricostruzione dei contenuti della sociologia del denaro è fondata, l'azione dei consumatori politici può essere innanzitutto definita nei termini di una contaminazione della regola costitutiva dello scambio che viene confermata senza intenzio-

⁴⁴ Latouche S., *L'invenzione dell'economia*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010, Latouche S., *Decolonizzare l'immaginario. Il pensiero creativo contro l'economia dell'assurdo*, Bologna, Emi, 2004.