

## SCHEDA

**Codeluppi Vanni**

### **Il biocapitalismo**

**Bollati-Boringhieri – 2008 – To- E. 11,50**

Il sottotitolo promette scoperte interessanti, infatti recita “Verso lo sfruttamento integrale di corpi, cervelli ed emozioni”, dandoci, già di primo acchito, un’indicazione di ciò che nel libro, di poco più di 100 pag., viene dibattuto.

L’autore si occupa di sociologia ed insegna nell’università di Modena e Reggio Emilia e vanta al suo attivo un cospicuo numero di titoli dove indaga sui variegati aspetti della società attuale in campo economico, sociale, politico.

Il biocapitalismo si colloca oltre il capitalismo, ne è la sua forma più avanzata (pag. 7), scrivendo un’altra storia che si innesta, integra, supera i vecchi schemi, aprendo a nuove prospettive sociali e psicologiche, con l’individuo al centro del problema.

L’analisi del nostro autore tratteggia quattro momenti, tutti importanti:

- 1 – la natura del biocapitalismo
- 2 – Alcune conseguenze sociali del biocapitalismo
- 3 – Logoland
- 4 – Cinema: lo sfruttamento delle emozioni

Datato dal 1700, sviluppatosi nel 1800, preso forma e sviluppo nel 1900, il capitalismo industriale si è oggi ulteriormente trasformato, con problematiche del tutto nuove che ci permettono di individuare prospettive interessanti che vanno oltre la mera visuale avuta finora. Dice l’autore (pag. 15) “Il capitalismo ha attraversato nella sua lunga storia diverse fasi, ma ha seguito un unico percorso evolutivo, caratterizzato dal processo di progressiva diffusione del capitale nella realtà sociale. Il capitale, infatti, in virtù della sua natura quantitativa ed impersonale, ha la capacità di assumere qualsiasi forma e di propagarsi nel mondo qualitativo del valore d’uso e dei bisogni umani. In altre parole, ha la capacità di smaterializzarsi e di penetrare in profondità nella cultura individuale e sociale, facendo assumere a quest’ultima un carattere astratto.” In effetti, ad una attenta analisi si può constatare che la ricchezza economica è andata mutando col tempo, smaterializzandosi. Se all’inizio dei tempi il possesso della terra e dei beni immobili, realtà, quindi, concrete, “fisiche”, costituiva in assoluto la forma più usuale di ricchezza, oggi si è passati “alle forme del credito e della finanza” cioè ad una forma “più mobile e leggera” (pag. 17): Il denaro si è smaterializzato, passando attraverso il denaro di carta, l’assegno, la moneta elettronica, pur continuando a mantenere tutto il suo valore l’uso. “Il denaro si eleva ad un’altezza di astrazione tale da sovrastare tutta la vasta molteplicità degli oggetti e costituire il centro nel quale le cose più antitetiche, estranee e lontane, trovano il loro elemento comune fino ad arrivare a toccarsi” (pag.16). Ma l’aspetto più interessante di questa astrazione riguarda direttamente il lavoro. Infatti, a metà del novecento si è avuto un cambiamento nell’industria, nel senso che accanto ai “colletti blu”, cioè agli operai, hanno preso progressivamente spazio “i colletti bianchi”, cioè coloro che possono identificarsi con i dirigenti, i tecnici, gli impiegati, creando un insieme di lavoratori che sono fuori dalla catena di montaggio della grande fabbrica. “La grande fabbrica industriale è stata via via smembrata, e ha assunto la forma di una struttura reticolare dispersa sul territorio e composta da tante unità produttive” (pag. 17) C’è un cambiamento di strategie produttive con una maggiore flessibilità dovuta sia alla incentivazione dei trasporti, sia alle tecnologie informatiche. “Anche la materia ha vissuto un processo di astrazione in conseguenza dell’analogo processo subito dal capitale” (pag.17), per cui anche i beni “hanno sviluppato le loro componenti comunicative ed immateriali a scapito di quelle materiali” (pag.17). Ha preso ad espandersi dal Medioevo in poi “il mercato dello stile (pag.18) con la creazione di oggetti preziosi, di opere d’arte, in seguito, poi, riprodotti in serie e

quindi acquistabili a prezzi accessibili. In seguito, si è venuto affermando il design, con “la possibilità di abbellire la superficie esterna degli oggetti” (pag. 18) dando luogo, talvolta, “a decorazioni e forme slegate dalla funzione svolta dall’oggetto” (pag. 18). Inoltre, grazie all’acciaio ed al vetro anche l’architettura ha subito un processo di astrazione, prova evidente sono i grattacieli, inventati negli USA s fine ottocento e poi trasportati in tutto il mondo: si tratta “della creazione di uno stile architettonico sempre più astratto, in grado di esprimere una tensione verso l’immaterialità e la trascendenza” (pag.18). “Insieme agli oggetti ed alle architetture, anche i corpi individuali sono stati interessati da un processo di astrazione” (pag.19), ad esempio gli abiti femminili, divenuti via via di ridotte dimensioni, insieme ad una semplificazione in modo da evidenziare il dinamismo del corpo femminile, le forme, il movimento, spingendo le donna ad una sempre più forte cura di se stesse.

“Anche la storia dell’industria culturale è imperniata su una proliferazione di dispositivi che spingono verso la materializzazione del mondo vissuto” (pag..19): libri e quotidiani ci hanno insegnato “ a separare il produttore della conoscenza dalla conoscenza stessa, che è diventata un soggetto sempre più autonomo nella società” (pag.20); la fotografia ha prodotto “una netta separazione tra la forma espressiva e la materia” (pag.20); “con il cinema e la radio, la riproducibilità tecnica perdeva in concretezza e guadagnava in astrazione” (pag.20).

Dal punto di vista del lavoro la trasformazione è stata costante, grazie alle tecnologie in continua espansione che richiedono adeguamento: così, il lavoratore deve possedere “la conoscenza, uno strumento che porta con sé nei suoi spostamenti e grazie al quale può rendersi autonomo. Il lavoratore può cioè diventare imprenditore di se stesso” (pag.22). A diventare importante è la capacità progettuale e di ideazione, soprattutto nel mondo dove è cresciuta l’industrializzazione. Diventano importanti le attività di marketing e di comunicazione. “Oggi la fonte del valore economico per le aziende non risiede tanto nella produzione quanto nell’invenzione di un bene” (pag.23), ma l’incentivazione della conoscenza necessita di una intensa collaborazione, quindi di rapporti sociali sempre più articolati. Cambiano anche i modi della produzione, si fa ricorso sempre di più all’affitto dei mezzi di produzione, a forme di contratti a noleggio e soprattutto “grazie alle possibilità di comunicazione offerte dalle reti informatiche, le imprese si esternalizzano, affidando ad aziende partner pezzi rilevanti della loro attività”(pag.25).. Non basta : “le imprese cercano di ridurre i propri costi anche scaricandoli sui lavoratori interni” (pag.26) richiedendo loro, grazie alle tecnologie sempre più progredite, interventi che in altri tempi venivano svolti da altri, come “battere testi, fare calcoli, scrivere lettere” (pag.26). Tutto questo è ora svolto dal computer. In più il telefono cellulare permette reperibilità immediata evitando i tempi morti dell’attesa. “Molte aziende hanno letteralmente eliminato le scrivanie personali.....ai dipendenti vengono consegnati un telefono cellulare e un computer portatile, come incoraggiamento a sfruttare il tempo in maniera più efficace, lavorando a casa o negli uffici dei clienti” (pag.26) Inoltre, i lavoratori sono sia spinti all’aggiornamento delle loro conoscenze, sia a vivere accanto al posto di lavoro in modo da “ prolungare il tempo di permanenza in aziende attraverso l’offerta di servizi attraenti” (pag. 26) Il lavoratore è anche, nel contempo, consumatore che può “compiere una serie di operazioni che in precedenza venivano svolte all’interno dell’impresa” (pag. 27). Si pensi ad Internet, per esempio, alle mille potenzialità che offre il computer, alle novità dell’elettronica. Il consumatore, di prima mano, può fare da solo operazioni ed essere autonomo. Per essere sottili “un lavoro non retribuito...si affianca a quello retribuito e a quello che riguarda la cura di se stessi, della propria famiglia, della propria casa “(pag31).

Socialmente parlando, i mezzi di comunicazione di massa hanno modificato il nostro comportamento, il nostro rapporto con gli altri, il nostro modo di essere e di porsi: si fa riferimento ad internet ed ai media in generale, capaci di continuo e costante controllo. “L’individuo deve imparare a costruire e gestire la sua identità in uno spazio pubblico senza confini nel quale è costantemente sotto i riflettori” (pag38). “Le persone devono imparare così a vivere in una società dove ciascuno ha l’obbligo di essere sempre in Rete...ha la necessità di imparare a essere il più possibile protagonista delle sue situazioni” (pag.39). La privacy è minacciata di continuo e nel contempo si creano identità fittizie , “un’identità artificiale che consente di mascherarsi per liberarsi dal peso di dover essere una persona” (pag.39). La pubblicità incentiva i desideri, i bisogni, spesso in modo subdolo, incrementando i consumi, spingendo anche all’indebitamento. L’individuo deve orientarsi nella scelta tra una miriade di prodotti proposti e sempre più

consistenza prende la marca che può essere intesa come un valore aggiunto. “I significati che la marca trasferisce al prodotto rappresentano un valore di tipo comunicativo che può tuttora trasformarsi in valore economico. Grazie ad essi il prodotto è infatti percepito dai consumatori come qualcosa di unico e quindi accettato anche se venduto dall’impresa a un prezzo più elevato” (pag.59). “La marca, insomma, è anche un segno di proprietà” (pag.61), per questo è molto curata la pubblicizzazione, tenendo conto delle esigenze dell’utente il quale viene sollecitato con raffinata psicologia all’acquisto del prodotto. Nascono e si incentivano sempre di più le strategie di marketing: si crea un mondo artificiale, si attivano processi di identificazione, si cerca il coinvolgimento.

Per ultimo, ma non meno importante, è il cinema, di grande impatto nel mondo attuale, vera industria di statura mondiale. Dice l’autore (pag.81), che ha come obiettivo l’intento di mettere in luce il mondo delle emozioni a cui il cinema si rifà: “Il sistema mediatico è oggi uno dei principali luoghi per la produzione delle emozioni degli individui e all’interno di tale sistema il cinema ricopre da sempre un ruolo particolarmente importante.....la sua fruizione comporta un rilassamento mentale ed una fuga dai problemi della quotidianità, è infatti in grado di stabilire un collegamento diretto con l’inconscio, cioè con la parte della psiche umana più legata alle emozioni”. Nel suo processo temporale il cinema si raffina nella tecnica di coinvolgimento dello spettatore ed ha assunto un aspetto industriale in cui ingenti capitali sono alla base della creazione delle pellicole che richiedono sempre più specifiche competenze.”Il cinema crea valore economico” (pag.84) ma non solo “esercita una funzione di promozione della cultura del consumo particolarmente importante”(pag. 90), in una parola “fa tendenza”.

In conclusione, dopo l’analisi del testo, si possono recepire a pieno titolo le considerazioni in copertina “il biocapitalismo produce valore economico non soltanto usando il corpo come strumento materiale di lavoro, ma agendo sulle componenti biologiche, mentali, relazionali ed affettive degli individui”.