



# che

cultura e innovazione

[Almanacco](#) [Narrazioni](#) [Approfondimenti](#) [Reportage](#) [Link](#) [Percorsi](#) [Autori](#)

[Bando](#) [Il bando](#) [I progetti](#) [Vademecum](#) [Domande](#) [Edizioni precedenti](#)

[Ricerche](#)

[Attività](#) [Agenda](#) [Galleria](#)

[Chi siamo](#) [cheFare](#) [Partners](#)

[Contatti](#)

Iscriviti:



Seguici:



## cheFare

[Almanacco](#) [Bando](#) [Ricerche](#) [Attività](#)

[Tutti](#) [Narrazioni](#) [Approfondimenti](#) [Reportage](#) [Link](#)



[Percorsi](#) [Autori](#)

**Almanacco** > [Approfondimenti](#) - **Percorsi** > Il contemporaneo

🕒 Pubblicato il 17 luglio 2017

*Dieci canzoni e dieci estratti del libro di Raffaele Alberto Ventura, Teoria della classe disagiata in uscita a settembre per Minimum Fax*

## Una playlist per la classe disagiata



Scarica PDF



Raffaele Alberto Ventura

Che cos'è la classe disagiata?

## 09. Smegma Bovary - Eschaton



È questa, dunque, la legge della classe disagiata: uno su mille ce la fa. E gli altri novecentonovantanove? Gli altri sono vittime collaterali di un sistema che ci ha messi tutti in concorrenza ma oggi ha sempre meno da offrire. Abbiamo creduto di poter ignorare la contabilità e inventarci una vita all'altezza delle nostre aspirazioni: troppo ricchi per rinunciare alle nostre ambizioni ma troppo poveri per realizzarle, oggi ci troviamo a contemplare l'estensione del nostro fallimento. Alla soglia di un'età adulta che sembra non arrivare mai per davvero, tenuti in vita artificialmente dai patrimoni familiari, dalle bolle speculative o dal welfare pubblico, forse anche dalla potenza militare (traballante) della NATO che ci protegge dall'invidia dei dannati della terra, ci accorgiamo di avere sprecato un'enorme quantità di risorse per partecipare a una competizione che non potevamo vincere.

L'età dell'oro è finita

## Woodkid - 'THE GOLDEN AGE' feat. Max Richter 'EMBERS'...



È tempo di abbandonare l'uso del termine «crisi» per descrivere la fase storica che sta vivendo l'Occidente.

I principali indicatori economici, a cominciare dal tasso di crescita del PIL negli ultimi cinquant'anni, suggeriscono che non abbiamo a che fare con una semplice perturbazione ma con una situazione permanente e sempre più degradata.

Ad essere eccezionale per il capitalismo occidentale è piuttosto quella brevissima parentesi di prosperità dopo la Seconda Guerra Mondiale che oggi viene appunto ricordata come «Età dell'Oro».

Un periodo di sviluppo rapidissimo e smisurato, nel quale milioni di persone in tutto il mondo passarono dalla miseria al benessere, andando a occupare i ranghi di una classe media sempre più ampia. Per dare un

nome alla fase successiva, di cui individua l'inizio nel 1973, lo storico Eric J. Hobsbawm ha proposto un termine molto più adatto: la frana.

La metafora è sorprendentemente aderente al grafico che mostra la crescita del PIL decennio per decennio a partire dagli anni Sessanta, in cui possiamo vedere una scala che inesorabilmente scende. Una forma di decrescita ma per niente serena.

Eppure si continua a fingere che la congiuntura passerà e in questo modo si alimentano aspettative che potranno soltanto essere deluse.

La verità è che stiamo galleggiando in una curiosa illusione collettiva che ereditiamo dalla generazione dei baby-boomers.

Mentre l'idea del collasso si fa strada tra gli studiosi situati ai margini dell'ortodossia, l'opinione pubblica occidentale sembra situarsi ancora tra la prima e la seconda fase dell'elaborazione del lutto, tra il rifiuto e la rabbia.

La regola di Jarvis Cocker



La classe disagiata è avvezza a questo tipo di mistificazioni che dovrebbe servire a nascondere gli aspetti più prosaici dell'esistenza e mettere in scena una vita sognata. Le biografie degli scrittori in quarta di copertina ci parlano dei loro libri ma non di quello che fanno davvero otto ore al giorno per guadagnarsi da vivere, né delle eventuali eredità su cui si appoggiano.

Quando ci presentiamo a uno sconosciuto incontrato a qualche evento mondano, non è raro che ci venga illustrato il suo visionario progetto creativo; per quante perplessità ci susciti, sappiamo anche che non esiste reazione più socialmente riprovevole che chiedergli «Sì, ma come campi?» – e quindi resteremo per sempre nel dubbio.

Si crea in questo modo una strana bolla sociale di persone convinte del reciproco successo e impegnate a produrre segni che garantiscano l'appartenenza alla bolla, nella speranza che prima o poi qualcuno ce la faccia per davvero e possa issarli fuori verso una vita migliore. E intanto, come Lucien de Rubempré, ci si svena a distribuire mance.

Questo è il lusso tragico della classe disagiata, il suo investimento che serve a proiettare una certa immagine che ricopra interamente la verità dei rapporti economici.

Ma per quanta leva simbolica si possa fare spendendo un quota eccessiva del proprio patrimonio in consumi posizionali, a cominciare dal tempo dedicato agli studi e alla crescita intellettuale, resta valida quella che potremmo chiamare «la regola di Jarvis Cocker», dal nome del frontman dei Pulp che in Common People cantava:

*But still you'll never get it right,  
'Cause when you're laid in bed at night,  
Watching roaches climb the wall,  
If you called your dad he could stop it all.*

Cazzo me ne della crisi

## Il Pagante - Pettinero (Official Video)



Che il valore dei segni scambiati sul mercato del prestigio tenda naturalmente all'inflazione è evidente dal succedersi delle mode. Prendiamo ad esempio una bottiglia di champagne.

Questa ha un certo costo per il produttore, determinato dalle materie prime, dal lavoro e dagli impianti, e un certo prezzo per il consumatore, determinato anche dal valore sociale – il valore di scambio simbolico – di quella bottiglia, della sua marca, della sua annata.

Il suo prezzo sarà tanto più alto quanti saranno gli individui disposti a pagare quel prezzo per esibire quel prodotto e trarne un certo profitto in termini di prestigio. Lo champagne è considerato come uno status symbol ed è ancora tra i più banali attributi iconografici della ricchezza, sebbene oggi il suo consumo si sia in una certa misura popolarizzato.

Questo retaggio simbolico persiste nell'espressione anglosassone «champagne socialist», per la quale in italiano si è diffuso il termine «radical chic» e in Francia si parla di «gauche caviar» o «bourgeois bohème», concetti dalla costruzione sempre identica che denunciano una contraddizione tra appartenenza di classe (alta) e posizionamento politico (a sinistra).

Questa contraddizione esiste indubbiamente presso la borghesia occidentale e può essere formulata in termini vebleniani con il concetto di «virtue signalling» o «conspicuous morality», attraverso cui si opera un rovesciamento curioso: in un certo contesto sociale, ad esempio l'alta società newyorkese raccontata nei romanzi di Tom Wolfe, è il *socialism* e non più lo champagne a svolgere una funzione ostentativa.

Lo champagne torna ad essere una bevanda frizzante dal sapore lievemente aspro, mentre una certa cultura o un certo impegno diventa un prodotto di lusso. La retorica della sinistra champagne insomma si scontra con lo slittamento di tutti i significanti, eppure resta riconoscibile in tutta la sua potenza iconica.

Se il progresso industriale unito all'aumento della domanda permette di abbassare il costo dello champagne, o perlomeno del cattivo champagne, il suo valore simbolico finisce per inflazionarsi. Esso non indica più l'appartenenza alla classe dominante poiché la classe media ha potuto appropriarsene.

Un pezzo da discoteca di qualche anno fa cantava della «petite bourgeoisie qui boit du champagne» e gli risponderanno idealmente gli italiani della band Il pagante con i loro cafonissimi «shampoo col Dompero» (ovvero Dom Pérignon). Persino Charlie Hebdo, dopo gli attentati del 2014 al Bataclan, non trovò di meglio che proclamare, con una punta di classismo involontaria, che «Loro», cioè i terroristi, «hanno le armi, noi abbiamo lo champagne».

Il che dice molto su quel noi che vorrebbe essere massimamente inclusivo ma che in realtà mette in ombra un'ampia fetta di umanità (per cominciare dai musulmani) che sicuramente non definisce la propria identità culturale attraverso il consumo di champagne.

Se lo champagne non svolge più pienamente la funzione di status symbol, e anzi in certi casi strappa la maschera al parvenu, altri consumi tentano di sostituirlo: una birra artigianale o un chinotto di lusso serviranno meglio allo scopo sociale, segnalando l'appartenenza al «ceto medio riflessivo» o alla «classe creativa»

Già negli anni Cinquanta il sociologo David Riesman aveva identificato il fenomeno del «sottoconsumo ostentativo» attraverso cui la classe agiata in certe epoche tenta di distinguersi dall'esibizionismo dei nuovi ricchi. Di fatto come ogni sistema di segni anche la simbologia del prestigio si presta a interpretazioni divergenti secondo i contesti nonché a trasformazioni continue.

Oggi l'intero sistema di segni su cui dovrebbe reggere il riconoscimento — i codici linguistici e comportamentali, i titoli di studio — è a sua volta inflazionato e quindi svuotato del suo valore, proprio come una bottiglia di champagne del supermercato.

La classe disagiata si circonda delle spoglie degli antichi attributi di ricchezza e la sua miseria fiorisce in mezzo all'abbondanza, come se il tributo simbolico chiesto dalla civiltà industriale per non essere marginalizzati fosse sempre più alto e insostenibile.

Questo paradosso produce una sorta di autoinganno, anch'esso ben riassunto in un verso del Pagante — “Cazzo me ne della crisi, faccio solo la sei litri” — che annuncia come solo orizzonte la prospettiva nichilista dello “sboccing like no tomorrow”.

La classe agiata di massa

McCarthy - B2.We Are All Bourgeois Now



Così lo Stato keynesiano eredita dalla Chiesa il ruolo di «potere che frena» — in greco katéchon — e indirizza il flutto impetuoso dell'accumulazione capitalistica. La propensione al consumo delle classi agiate, pur vistosa come insegna Veblen, è tendenzialmente bassa in proporzione al loro reddito totale, in quanto oltre a consumare possono permettersi di risparmiare. Per questo secondo la Teoria generale di Keynes è necessario estinguere queste riserve attraverso una tassazione progressiva e riallocare le risorse ai consumi di una classe meno propensa al risparmio: quella che diventerà la classe media appunto, la quale mimando le voci di spesa della classe agiata senza le stesse solide riserve alle sue spalle rischia sempre di ricadere nella classe disagiata.

## L'offerta illimitata



«Punk» era il nome di un'operazione di recupero artistico e commerciale di un insieme di mode, comportamenti, pratiche, linguaggi, abbigliamento prodotti spontaneamente dal sottoproletariato urbano dell'Inghilterra degli anni Settanta.

Quelli che erano dei semplici «teppisti» (letteralmente, punk) diventano un modello culturale per la borghesia attraverso un processo di risignificazione.

Dopo il successo del singolo «Anarchy in the UK», che vendette 50.000 copie nel Regno Unito, gli scandali ripetuti convinsero il management vecchio stampo della EMI a rompere il contratto con i Sex Pistols. I Pistols firmarono quindi con la Virgin Records di Richard Branson – un capitalista della nuova generazione – e pubblicarono una raccolta dei loro successi nell'ottobre del 1977, *Never mind the bollocks*.

Al suo interno, una canzone che prende in giro proprio la EMI denunciando il paradosso di quella «offerta senza limiti», totalmente indifferente al contenuto, che l'industria culturale post-sessantottina si era data come ambizione di proporre sul mercato:

*There's unlimited supply  
And there is no reason why  
I tell you it was all a frame  
They only did it 'cos of fame.*

Vietato vietare

ustmamo - Vietato



Del pasticcio in cui la classe media occidentale si è cacciata, Michel Clouscard aveva descritto il meccanismo nella sua *Critique du libéralisme libertaire* del 1986: «La classe borghese offre più figli di quanti sono i mestieri borghesi richiesti dal capitalismo. Questo surplus farà le rivoluzioni. Ma rivoluzioni borghesi». Queste rivoluzioni sono, secondo Clouscard, quelle dei seguaci di Sartre, Lévi-Strauss, Foucault, Barthes, Lacan, Deleuze e Guattari, pensatori che si sono dedicati a distruggere la morale repressiva dei padri, ovvero il capitalismo weberiano, a profitto di un nuovo modello di consumismo. Dirottando l'economia dalla pura accumulazione, questi pensatori hanno «levato la maledizione» che pesava, secondo Georges Bataille, sulla trasgressione e sullo spreco.

La condizione del figlio borghese è paradossale: se da una parte il suo ruolo è di consumare eccessivamente, e dunque anche consumare un certo capitale ereditato, d'altra parte egli è esso stesso un eccedente: non c'è per lui alcun lavoro borghese da svolgere, e perciò nessun modo di accumulare nuovo capitale. Secondo Clouscard il borghese non è in grado di derogare alla propria condizione: «Per quanto profondamente escluso dal possesso del capitale, dai mestieri e dalle funzioni proprie della sua classe, il borghese non può scivolare nella classe operaia e svolgere la professione di operaio». Ed è appunto questa sua incapacità di derogare che lo condanna.

Velleità

## I Cani - Velleità (video ufficiale)



Il lavoratore culturale oggi si confonde sempre di più con il consumatore culturale. Lavoratore e consumatore si sono definitivamente fusi in una nuova creatura, il prosumer culturale. Producendo, egli consuma risorse. E consumando, egli produce certamente qualche cosa: ma chi vuole questa cosa? Prima di convertirsi al trash puro e semplice, con quel suo intuito tipico dei ciarlatani Andrea Diprè aveva compreso l'importanza crescente della quarta dimensione, una bolgia immensa di dilettanti alla ricerca della buona occasione, convinti che le loro spese più o meno pazze siano un investimento. La corsa al riconoscimento è come un gioco d'azzardo, dove il banco vince sempre e la maggior parte dei giocatori s'impoverisce fino alla bancarotta. A che serve poi trascinare Diprè in tribunale? Abbiamo giocato e abbiamo perso; e il banco vince sempre.

The problem of leisure class

## Gang of Four - Natural's Not In It



I grandi suicidi letterari, come quello di Ivanov, sono spesso suicidi anomici. Alla sua epoca, Durkheim nota l'enorme tasso di suicidio proprio tra i rentiers, la classe consumatrice che non riesce a stare al passo con le trasformazioni economiche e sociali. Tuttavia Durkheim si guarda bene dallo stabilire uno standard di vita minimo al quale l'individuo dovrebbe accontentarsi in ogni luogo e in ogni epoca, anzi si chiede: «Ma come fissare la quantità di benessere, di lusso a cui un essere umano può legittimamente aspirare?»



Poiché l'animo è un pozzo senza fondo di bisogni e i desideri sono illimitati per definizione, ovvero scavalcano continuamente i mezzi a disposizione, il criterio si è sviluppato nel corso della storia. Per quello Baudrillard parlava di «genesì ideologica dei bisogni». Ciò ha un'implicazione molto importante, perché implica che ogni adattamento alle condizioni economiche reali è una vera violenza fatta all'identità profonda che si è radicata nell'individuo.

Felicità moderata

FELICITA' MODERAT . albano e romina / new error - mash...



Scrivendo Karl Marx : «Tutta la vita delle società moderne in cui predominano le condizioni attuali di produzione si presenta come un'immensa accumulazione di merci».

Di queste merci fanno parte tanto quelle che vengono consumate direttamente quanto quelle, particolari, che servono a produrne di ulteriori: in questo caso si parla di capitale. Per produrre un profitto o perlomeno ripagare la spesa investita nella produzione, tutta questa merce e tutto questo capitale accumulati devono essere venduti o impiegati in qualche modo. In caso contrario si presenta una crisi: crisi di sovrapproduzione delle merci, ma soprattutto crisi di sovraccumulazione del capitale.

Immaginate un'azienda che fabbrica un certo tipo di macchina in previsione di una domanda molto ampia. Si tratta di un gigantesco investimento, ma altrettanto gigantesco è il profitto atteso.

Immaginate poi che la previsione si riveli completamente sbagliata: la domanda si è contratta e le macchine non si vendono. Immaginate allora tutte queste belle macchine, oramai inutili, abbandonate nei magazzini. O svendute. Smontate. Distrutte.

Bene. Ora immaginate di essere una di quelle macchine.



Consiglia 247

Tweet



0 Comments

cheFare

1 Login ▾

Recommend

Share

Sort by Best ▾



Start the discussion...

LOG IN WITH

OR SIGN UP WITH DISQUS

Be the first to comment.

## Altri titoli di interesse

Approfondimenti

### Gli scemi del lavoro culturale



Giacomo Giossi  
 18 luglio 2017  
Approfondimenti

### Recuperare la tensione ideale. Risposta a Paolo di Paolo



Raffaello Palumbo Mosca  
 14 luglio 2017  
Approfondimenti

### Lavoro culturale. Cosa si aspetta da me la gente?



Giovanna Zoboli  
 14 luglio 2017

Iscriviti:



Seguici:



[cheFare](#) - C.F. 97706570153 - [Privacy & Disclaimer](#) - [Cookie policy](#) - Powered by [PaperPlane](#) & [WordPress](#)