DOPPIOZERO

La società della prestazione

Nello Barile

14 Novembre 2017

Il nesso tra capitalismo e psicopatologia è esaminato da vari studi che evidenziano come lo sfondamento di ogni barriera che separava il pubblico dal privato, il mercato dai beni comuni, l'etica dall'intrattenimento ecc. produca soggetti instabili il cui malessere può assumere diverse connotazioni, dalla depressione alla schizofrenia. Se filosofia, sociologia e psicologia hanno già esaminato il problema a partire dagli anni sessanta, oggi la questione si fa ancor più grave. In gioco c'è difatti molto più della semplice repressione che il sistema capitalistico e dei consumi esercita sulla psicologia dei lavoratori/consumatori. Ormai la dinamica del tardo capitalismo investe la dimensione ontologica, facendosi capace di toccare la sfera più profonda dell'essere delle persone ma anche delle cose che compongono il mercato. Come è spiegato eminentemente nel film *Capitalismo. Una storia d'amore* di Micheal Moore: "Se qualcosa esiste, probabilmente c'è dietro un subprime". Questo per dire che il dispositivo di estrazione e di valorizzazione che è insito nel capitalismo avanzato va ormai ben oltre le forme superficiali di sfruttamento del lavoro e del consumo, per raggiungere qualcosa di essenziale che un tempo è stato oggetto d'interesse della filosofia e delle religioni.

In *La società della prestazione* di Federico Chicchi e di Anna Simone (Ediesse, 2017) il dispositivo della prestazione viene esaminato nelle sue molteplici espressioni, principalmente quelle che interessano la sfera lavorativa e dei diritti. Sin dall'introduzione gli studiosi precisano i motivi per cui hanno scelto di utilizzare il termine "prestazione" al posto di "performance". Se il primo difatti esprime meglio la natura giuridica del rapporto basato su una "obbligazione" (p. 15), il secondo è un termine ombrello, dunque più vago, polimorfico e multidimensionale. Si tratta dunque di una scelta di campo anti-neutrale che è ovviamente condizionata dal punto di vista degli autori e che a sua volta indirizza la loro ricerca.

Il quadro teorico all’interno del quale si dipana l'analisi è principalmente quello della società del rischio di Ulrich Beck, nel quale s’innestano riferimenti alla Cultura del narcisismo di Christopher Lasch e alla società della stanchezza di Byung-Chul Han. Il tutto per affilare una netta critica nei confronti del discorso psicologico-motivazionale che ha accompagnato il processo di soggettivizzazione del lavoratore edificando nel tempo il dispositivo prestazionale.

Le due potenti immagini cinematografiche che consentono di dare forma visiva all’insicurezza dei nostri tempi sono specularmente quella di Jordan Belfort, protagonista di *Wolf of Wall Street* di Martin Scorsese (2013), e quella di Daniel Blake (2016) nel film di Ken Loach. Dico specularmente perché se il primo vive l’insicurezza dal lato della scommessa su un possibile successo all’interno del sistema di opportunità disegnato dalla narrazione neoliberista, il secondo invece subisce la medesima insicurezza dal lato più debole: quello che era un tempo garantito dal welfare e che ora tende a essere smantellato da una logica di mercato che schiaccia sotto le sue macerie la carne dei più deboli. Se il primo interpreta una “dismisura ambulante” (p. 19) ovvero un soggetto “vuoto fagocitato da sindromi ossessivo-compulsive e dalla voracità del broker che deve diventare ricco contro tutto e contro tutti” (p. 21), il secondo è il soggetto resistente che non aderisce agli standard e ai format prestabiliti dalle società assicurative private. Blake difatti lotta contro una “società s-vuotata da forme di solidarietà statali” (ib.) ed esprime solidarietà nei confronti dei più svantaggiati, nonostante la sua particolare vulnerabilità. Il riferimento all’immaginario cinematografico ci aiuta a comprendere il problema a partire da immagini potenti e vivide, come in modo diverso hanno fatto Gianni Canova e Severino Salvemini nel libro *Il manager al Buio* (Rizzoli-Etas 2011) che appunto esaminava il modo in cui l’occhio cinematografico ha rappresentato l’immagine del nuovo imprenditore nel cinema italiano e in quello internazionale.

Tra gli obiettivi polemici degli autori spicca l’approccio motivazionale che, soprattutto negli ultimi vent’anni, ha insistito sull’evoluzione del lavoro e sull’estensione delle logiche del management al di là dei perimetri delle imprese. Tra questi spicca l’impresa di sé raccontata da Bob Aubrey (2000) che indica una mutazione antropologica ma anche in continuità con l'ideale moderno di homo faber: ogni soggetto è tenuto a farsi imprenditore di se stesso (p. 63). Un modello che il business mutua dalle tecniche psicologiche utilizzate nei gruppi di alcolisti anonimi, per poi essere sviluppato nel corso degli anni novanta dando vita al

filone motivazionale, dalla leadership al coaching, ovvero a un salto logico dall'idea iniziale di auto-controllo verso quella di auto-motivazione (p. 127).



Illustrazione di Steve Cutts.

La società della prestazione in quanto forma vuota e svuotata raggiunge il suo acme nella scomposizione postfordista del lavoro e nella disarticolazione del sistema produttivo che ha letteralmente spazzato via ogni forma di inquadramento, di tutela e d'identificazione del lavoratore. Inoltre essa va ben al di là della sfera lavorativa, investendo soggetti molti diversi tra loro che però hanno in comune l'obbligazione di doversi fare manager di se stessi. Questa insistenza sui processi di soggettivazione è al contempo il mezzo e il fine attraverso cui il sistema compie la sua "evoluzione". In tal modo, riprendendo una citazione dal testo: "l'individualizzazione non contraddice ma spiega ciò che è caratteristico di questa nuova povertà" (p. 32). Tuttavia la matrice stessa del dispositivo prestazionale è rintracciabile al di là del contesto della produzione. Non è un caso che gli autori individuino una delle prime definizioni operative del termine "prestazione" nell'opera di Marcuse, la cui disamina del capitalismo si sofferma più sul consumo che non sulla produzione (p. 47).

Il consumo è il paradigma stesso su cui si fonda la prestazione e l'evoluzione del consumo va esattamente nella direzione di una richiesta supplementare di prestazione (il tanto decantato prosumer toffleriano), che è esattamente il modo attraverso cui il nuovo capitalismo tende a esternalizzare le sue funzioni verso altri e in particolare verso il destinatario dei suoi prodotti/servizi. Il consumo è pertanto il punto di partenza ma anche il punto d'arrivo della logica prestazionale. Gli autori si soffermano su esempi più ludici e di intrattenimento per confermare la loro ipotesi: dai reality show ai talent (manca una dimensione dei social media che rappresenta forse l'epitome della logica prestazionale). Inoltre tali processi sono descritti facendo ricorso ai modelli dell'eterodirezione, della coercizione, della seduzione, dell'imperialismo culturale che richiamano la teoria critica ma che talvolta risultano forse troppo timidi nel rappresentare la potenza del processo in atto.

La chiusura del libro apre a una possibilità escatologica, una exit strategy che è offerta dalle tre virtù combinate della misura, del desiderio e dell'arte. Queste ribadiscono il legame tra lo sguardo critico sulla società e la volontà di riformarla attraverso un pensiero alternativo e in qualche modo trascendente. Cosa bene diversa da chi con sguardo disincantato si limita a rendere conto delle trasformazioni in atto. Questo perché la combinazione neo-stoica di misura-desiderio-arte non può più fungere da argine all'avanzata del sistema, che ormai è ben al di là di ogni barriera difensiva posta dall'umano. Anzi, esse in quanto forme di resistenza sono già pronte per essere sfruttate e valorizzate all'interno dell'immenso circuito di produzione e sfruttamento del valore neoliberista, in un loop senza fine di riappropriazione della riappropriazione.

In un pamphlet di qualche anno – *La mentalità neototalitaria* (Apogeo 2008) – ho parlato del cambiamento di fase della globalizzaizone dal momento in cui la decostruzione postmoderna è stata incorporata da una struttura di potere non più centralizzata ma distribuita nelle forme molteplici della vita sociale.

Neotot rievoca uno dei concetti più cupi delle scienze politiche, ma la sua versione 2.0 ci rimanda all'immaginario opposto fondato sullo slittamento dal politico all'esperienziale, ovvero su un concetto di consumo che si fonda sulle categorie di *emozione, esperienza* e *relazione*. Dal consumo turistico in cui la

pretesa etnologica è sempre più marcata, alla vulgata universale della sostenibilità narrata da politici e aziende come coloro che lucidavano le maniglie delle porte mentre il Titanic affondava. Dal paradosso della gerontocrazia, che specialmente in Italia vede una vetusta classe dirigente bloccare l'accesso alla carriera dei giovani ma anche eseguire un furto d'identità del giovane tramite un giovanilismo tanto disperato quanto ineludibile, al processo di femminilizzazione del lavoro che impone agli uomini di acquisire skills "femminili", ovvero soft, d'ascolto, cooperative e non competitive ecc. mentre le donne restano ancora discriminate in termini di retribuzione e diritti. Oggi, all'epoca dell'industria 4.0 e della robotica emozionale, il neotot s'estende al rapporto tra organico e inorganico decretando, come nel caso precedente, un meccanismo di sfruttamento supplementare: dopo aver imposto ai lavoratori di diventare classe creativa, emblema del nuovo capitalismo, ora minaccia di sostituirli con un'intelligenza artificiale e una robotica emozionale capace di operare nell'ambito delle produzioni creative un tempo appannaggio assoluto dell'umano (dalla moda, al design alle videoproduzioni ecc.). Per questo, a mio parere, la logica della prestazione va ben al di là dell'umano e tende a estendersi sulla dimensione ontologica non solo dell'heideggeriano esserci ma anche dell'essere in generale. Un tema toccato da Chicchi e Simone quando definiscono l'individuo "responsabile" come colui "che accetta la precarietà e l'incertezza sociale come una condizione inaggirabile, come in un certo senso un'ontologia" (p. 71)

La società della prestazione, in quanto implementazione della mentalità neototalitaria, è già dentro di noi e può tranquillamente rinunciare alle categorie neoliberali dell'individualismo, della competizione sfrenata, dell'efficienza tout court, in favore del collettivismo (la community), della cooperazione (co-housing, co-working, co-design ecc.) ma anche dell'imperfezione che produce maggiore empatia sul piano comunicativo. Essa mira a ciò che di più autentico ed extracapitalistico possiamo concepire, come risorsa rara e irriproducibile del sistema ma anche come mezzo di legittimazione del suo esistere. Come dire: se c'è ancora uno scampolo di autenticità non siamo mai stati in un mondo puramente artificiale, se ancora c'è la libertà, lo sfruttamento non è mai stato totalizzante.

Il libro, di notevole spessore teorico e analitico, fissa un punto da cui può evolvere la ricerca futura sull'allestimento dei dispositivi di prestazione in ogni ambito della vita quotidiana. La categoria di brand o di selfbrand – esaminata brevemente a p. 132 – rappresenta forse la chiave di lettura fondamentale di tutto il processo. Essa difatti non è solo l'estensione dell'impresa di sé volta a potenziare il

soggetto e a fuggire sempre più la possibilità dell'errore, del "linguaggio che s'inceppa" (p. 132), ma il modo in cui proprio l'errore e l'imperfezione dell'umano possono essere valorizzati supplementarmente attraverso le categorie di empatia e autenticità tanto care al marketing. Per questo l’invito agli autori è di estendere tale modello alle pratiche non esplicitamente produttive e riproduttive ma anche a quello più apparentemente spontanee, quotidiane, marginali e antagoniste, in cui comunque è al lavoro qualche forma di valorizzazione attuale o potenziale.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

