

Werner Sombart e il lusso: da una torsione di significato alla sue derive

Sarah Siciliano

A Contemporary Perspective Werner Sombart's conceptualisation of Luxury

Abstract

How does the “spirit” of capitalism and luxury read from a Sombartian perspective translate into a modern day context?

What legacy has this German scholar, so admired in life, but now almost forgotten, left behind? This paper reflects on what his theories can lend to contemporary analysis and what questions it can raise. The author illustrates how seeing modern day luxury through the eyes Sombart might be productive to understand and appreciate the recent consumer phenomena. The paper will focus primarily on the particular dynamics of the public sphere in an attempt to reflect and explore the cultural and political dimensions of the modern day world.

Keywords: luxury, innovation, dynamics, communication, public sphere, convergence

Premessa

In che modo lo “spirito” del capitalismo e il lusso, letti attraverso Werner Sombart, possono essere ancora oggi attuali o possono essere attualizzati? Quale eredità ci lascia oggi questo studioso tedesco, così ammirato in vita, ma ormai quasi dimenticato, se è vero che la manualistica accademica lo trascura? Intendiamo ragionare su cosa significa oggi, nell’ambito delle scienze sociali, fare i conti con questa eredità intellettuale non tanto per cercare risposte, quanto invece per formulare domande. In questo articolo cercheremo di esemplificare in che modo una lettura in chiave moderna del lusso in Sombart potrebbe essere produttiva per comprendere e valorizzare alcuni fenomeni contemporanei, e in particolare le dinamiche della sfera pubblica, per riflettere sulle dimensioni culturali e politiche di oggi. In particolare, proprio a partire dal meccanismo individuato da Sombart per leggere la dinamica del lusso tra 1200 e 1800, vogliamo provare a tradurre questo concetto per capire cos’è il lusso oggi, come si manifesta e cosa può rappresentare. A partire da alcune declinazioni del lusso, proveremo a sperimentare una torsione del significato originario e le sue derive.

Guarderemo al lusso non solo come oggetto d'indagine, ma, soprattutto, come spazio in cui operare criticamente e politicamente nei nessi di relazione reciproca fra vari fattori. Uomo, società, territorio, beni, economia, processi culturali, politica, sono tutti fattori che s'influenzano reciprocamente e ricevono a loro volta una retroinfluenza, sempre diversa rispetto alle connessioni che sono stati capaci di attivare. E' proprio il concetto di circolarità, sempre in gioco nel pensiero sombartiano, a rivelare l'originalità del "nostro" autore, che non sta tanto nell'oggetto della sua indagine, quanto nell'aver ricercato le cause, ossia, come dice Franco Ferrarotti, "le tendenze, la mentalità, i valori e gli orientamenti che sono alla base della genesi del mondo capitalistico" (F. Ferrarotti, "Presentazione" a W. Sombart, *Il borghese*, p. IX).

La sociologia di Sombart può aiutarci oggi a sollevare domande alle problematiche che ci riguardano, per risvegliare la nostra voglia di connettere questi frammenti e scommettere sulle scelte che ci orientano.

Werner Sombart e il lusso come energia vitale

«Lusso è ogni spesa che va oltre il necessario. Il concetto di lusso è evidentemente relativo, e il suo contenuto si può cogliere solo se si sa cosa è "necessario". Per accertarlo, vi sono due possibilità: si può ancorarlo, soggettivamente, ai giudizi di valore (etici, estetici, o di altro genere), o si può tentare di individuarlo seguendo un criterio in una qual misura oggettivo, riferendosi al quale si può avanzare una stima. Come criterio può valere il bisogno fisiologico dell'uomo, o ciò che si può definire bisogno *culturale*» (Sombart 1988, p. 97).

Così Werner Sombart definiva il lusso, distinguendolo tra lusso qualitativo e lusso quantitativo: «Il lusso ha un duplice significato. Può essere orientato quantitativamente o qualitativamente. Lusso, in senso quantitativo, equivale a "spreco" dei beni: quando un tale mantiene cento servi dove uno è sufficiente, o quando consuma tre fiammiferi invece di uno per accendersi il sigaro. Lusso in senso qualitativo significa usare beni di migliore qualità. Il lusso in senso quantitativo e il lusso in senso qualitativo possono presentarsi assieme» (Sombart 1988, p. 98). Eppure Sombart non limitava ad una questione prettamente manichea l'interpretazione del lusso: il lusso, per Sombart, è in ogni sua manifestazione il lievito sociale dell'economia e moltiplica gli investimenti, tanto da scrivere, nella chiusa di "Lusso e capitalismo": "Il lusso, figlio legittimo dell'amore illegittimo, divenne il padre del capitalismo". Questa frase rappresenta l'avvio del nostro discorso, perché inquadra il capitalismo in una cornice passionale, oltre che razionale.

In effetti, come Werner Sombart mostra chiaramente nei suoi scritti, la vita ha giocato un ruolo determinante nella genesi del sistema economico capitalista e nel processo di mondanizzazione avviato alla fine del Medio Evo. Gli antichi ricordavano: "*Mensura omnium rerum homo*", e lo ribadisce l'autore, per non dimenticare che il motore della vita è l'uomo ed i suoi comportamenti, ciò che fa e ciò che non fa (Sombart 2013). In Sombart è il *bios*, la vita che si esprime nella *polis*,

più che la *polis* a strumentalizzare il *bios*. Ciò vuol dire che la passione non è al servizio del sistema, ma s'innerva all'interno del sistema per dare energia vitale perché, come sottolinea bene, “qualsiasi lusso personale ha origine innanzi tutto nel godimento puramente sensibile che danno le cose piacevoli” (Sombart 1988, p. 99).

Secondo la chiave di lettura sombartiana, il lusso si offre come dispositivo che valorizza la passione e l'identità dei soggetti. È prettamente individualistico, dunque. Il lusso diventa così la fiamma che alimenta la vita attraverso la passione, il piacere, l'amore per ciò che si fa. Lusso per Sombart non sono solo le spese voluttuose ed esibizionistiche, ma è soprattutto ciò che innesca dinamiche sociali. Ne è un sintomatico esempio il ruolo di potere politico assunto dalla nascita di un nuovo tipo umano, la cortigiana. Questa figura, che dispone di significativi capitali, introduce a corte nuovi stili di vita e riesce addirittura ad influenzare profondamente le donne dei ceti dominanti, perché crea nuovi modelli veicolati dai consumi che le donne dell'alta società “dovevano” imitare se non volevano essere estromesse. Questa imprenditrice di se stessa sollecita investimenti attraverso il lusso e lo sfarzo personale. Il lusso qui diventa espressione dell'essere, più che dell'avere, e nasce a partire da una dimensione riflessiva. Ciò vuol dire che il lusso in questo caso viene incrementato socialmente e potenzia la vita.

Sombart, nella sua lettura, analizza le pratiche quotidiane accentuando gli aspetti psicologici e culturali del capitalismo, e quindi della personalità del borghese, a scapito dei fattori socioeconomici, e guarda al capitalismo come risultato di elementi già presenti e diffusi prima che il capitalismo si desse un'organizzazione capitalistica. Il lusso come paradigma economico è per Sombart il “moltiplicatore” del consumo e degli investimenti e, come tale, scatena la produzione. Come ricorda Sombart, lo stesso Adam Smith riconosce che questo lusso è produttivo, in quanto produce mano d'opera, e quindi lavoro salariato, insomma, messa al lavoro della vita (Sombart 1988, p. 135).

Il capitalismo dunque non si sviluppa solo in una logica esclusivamente razionale, ma è spinto dalle passioni. Mi sembra molto interessante, a questo proposito, richiamare il concetto di “tensione/corrente energetica” usato da Emiliano Bevilacqua e Davide Borrelli per descrivere la genesi dell'imprenditore capitalistico sombartiano, spinto, da un lato, da una tensione energetica estroflessa, volta alla conquista del mondo, dall'altro, una tensione energetica introflessa, volta alla razionalizzazione, alla difesa dell'identità e della proprietà per poterla amministrare meglio (Bevilacqua – Borrelli 2015). Da una parte, dunque, si assiste alla valorizzazione delle passioni, che generano lusso, edonismo, spinte vitali, energia per la vita. Dall'altra, invece, al contenimento delle passioni, che scaturisce dall'esigenza di controllo. La matrice energetica, dunque, conterrebbe in sé tanto un impulso di attivazione quanto di controllo della vita per la mobilitazione di risorse del capitalista sombartiano, in un continuo bilanciamento delle forze energetiche.

Eppure Sombart definisce “devastante patologia” la “nuova e intensa richiesta di lusso presso i nuovi ricchi”, che non solo ha propagato in breve tempo la diffusione del lusso, ma ha fatto sì che si completasse rapidamente il processo di mondanizzazione (Sombart 1988, p. 120). Tra 1200 e 1800 il lusso “è essenzialmente aristocratico. E non solo in senso negativo, perché inaccessibile alla massa, ma perché

limitato ad una piccola cerchia di eletti. Aristocratico in senso positivo (come si può dire) è il lusso quotidiano, perché raffinato, esclusivo nelle forme che assume ovunque, perfino nel caso dei ricconi, perché questi vivono costretti sotto il giogo del buongusto, che pure è sempre e solo per pochi” (Sombart 1988, p. 132).

Un bene di lusso è, per Sombart, un bene raffinato, intendendo per raffinatezza “ogni qualità di beni giudicata superflua rispetto allo scopo”, mentre esigenza di lusso è “esigenza di raffinatezza” (Sombart 1988, p. 99).

Se in Sombart il lusso privilegia una dimensione individualistica, oggi invece il lusso può abbracciare una dimensione collettiva. Nel mondo moderno qualunque attività favorita dalle passioni degli individui e dalla gioia che nasce per realizzarla è molto più grande della somma delle sue parti: il web 2.0 ne è una chiara metafora, in quanto consente ai singoli di non limitarsi a coltivare il proprio orticello, ma induce ad allearsi con altri per coltivare e arricchire insieme uno spazio comune, condiviso, convergente. Proprio per questo il web 2.0 non è solo una tecnologia o un modo di usare internet: è soprattutto “un particolare tipo di ethos e di approccio” (Gauntlett 2013, p. 20) che cambia le regole del gioco. L’energia che nasce e si alimenta dalla condivisione e collaborazione è una risorsa particolarmente potente. Un lusso, che offre ai soggetti la possibilità di imparare l’uno dall’altro, di contaminarsi e ibridarsi. Ciò vuol dire che viviamo oggi una rivoluzione culturale, prima ancora che tecnologica, in cui il “valore del fare” assume un significato rivoluzionario perché diventa un modo per pensare maggiormente alle conseguenze e agli effetti di ciò che facciamo. La società della rete vive e amplifica oggi i nuovi paradigmi del lusso, tanto che persino le aziende di alta gamma usano modalità innovative per connettersi con i consumatori, aprendo spazi virtuali di consumo e fidelizzazione (Macchi 2011).

Ieri come oggi possiamo guardare con leggerezza al lusso come esercizio del superfluo, ma a noi, con Alberto Abruzzese, il lusso sembra piuttosto “la riconquista del necessario”, un “bisogno impellente” (Abruzzese 2000, p. 90), e quindi il lievito della vita, qualunque sia la declinazione scelta per praticarlo. Vediamo perché.

Il lusso oggi: da una torsione di significato alle sue derive

Cosa intendiamo oggi per lusso? In quali spazi e contesti nasce e si alimenta? Un’affascinante ricostruzione etimologica proposta da Alberto Abruzzese (Abruzzese 2000, p. 88) e ripresa da Patrizia Calefato (2003) rinvia questa parola ad altre molto suggestive: *lussuoso*, *lussuria*, *lussureggiante*, per giungere a *lussazione*, intesa come distorsione che devia a causa di un’azione violenta. Questa “catena” di parole, “in fila come i vagoni di un treno”, evidenziano che la parola *lusso* deriva da *lussuria*, e che *luxuria* in latino vuol dire *esuberanza*, *eccesso*, *esagerazione*, *sovrabbondanza* (nella vegetazione, da cui *lussureggiante*), diventando poi, in senso traslato, *fasto*, *lusso*, *profusione*, *suntuosità*, ma anche *mollezza*, *vita voluttuosa*, *sfrenatezza*, *intemperanza*, *lascivia*”. Il lusso rinvia etimologicamente ad uno dei sette vizi capitali, la lussuria, e rimanda al piacere, al godimento, alla soddisfazione. Se superiamo la lettura dicotomica del lusso in cui, da una parte, c’è il lusso come forza dirompente che spinge gli uomini (e soprattutto le donne, secondo Sombart) verso

tutto ciò che eccede e a cui non si può proprio rinunciare, dall'altra li reprime, li punisce a causa di una malattia, di un peccato, di una corruzione da condannare (Abruzzese 2000, pp. 87-88), potremo far emergere inusuali rappresentazioni di ciò che può essere il lusso oggi.

Il termine lusso in verità è piuttosto ambiguo, proprio come le topiche in cui decliniamo la parola. Proviamo dunque a riflettere sul ruolo cui può assurgere oggi il lusso, visto non solo come oggetto, ma come stile di vita, come soluzione/seduazione per vivere meglio, come spazio d'azione.

Oggi il lusso si offre in tante forme diverse, spesso anche contraddittorie.

C'è l'exasperata e sfrenata esibizione di tutto ciò che eccede: fasto, ostentazione, sfrenatezza nei consumi sono, oggi come ieri, il lievito sociale dell'economia.

Il lusso come eccesso si declina, a sua volta, nella manifestazione barocca di quanto si possiede e nell'apparente semplicità che si cela nella ricercatezza esclusiva.

Così assistiamo alla sfilata dei nuovi ricchi, che amano ostentare quanto possiedono (auto di grossa cilindrata, grandi firme con loghi sempre più visibili, accessori griffati...), e il lusso celato nell'*imprinting* di uomini e donne sofisticati, che punta al minimalismo (qualità e stile riconoscibile solo da chi ha le capacità per decodificarlo; essenzialità nelle forme e design semplice ma ricercato...) e al ritorno all'artigianato visto come unicità e massima espressione del sé.

La tradizione artigianale mette al centro l'uomo, con la sua vita, storia, relazioni, culture. Questa manifestazione del lusso evoca la figura dell'uomo artigiano, quello che Richard Sennett chiama *homo faber*, ossia l'uomo in quanto creatore. Secondo Sennett nella nostra cultura noi abbiamo operato un divorzio tra il fare e il pensare. Quindi abbiamo prodotto artigiani senza pensiero, meri esecutori, e pensatori senza implicazioni pratiche, quindi meri speculatori. Sennett vede nell'artigiano una figura che può concretizzare un nuovo modo di essere: "l'artigiano civilizzatore" (Sennett, 2008, p. 29), che mette impegno personale e dedizione in ciò che fa, senza stare a guardare quanto tempo impiega nell'ottenere il risultato migliore. L'*homo faber* crea innovazione proprio perché ha la pazienza e la capacità d'imparare dal passato per creare opere nuove. Impara dalle esperienze, non le combatte, né separa mai mano e testa, tecnica e scienza, arte e mestiere. Prevedere "tempi lunghi per la produzione", come ci ricorda Sombart, "era una regola nel Medio Evo: si lavorava per anni e decenni ad un pezzo, ad un'opera – non si aveva fretta di vederla terminata" (Sombart 1988, p. 137). La passione, ancora una volta, è la fiamma che alimenta la vita.

Nel solco di questo filone, guardiamo all'uomo artigiano non come ad una figura del passato, ma come ad una prospettiva per il futuro, un nuovo modo d'interpretare la società, aspirando alla qualità per migliorare sempre, senza accontentarsi di risultati mediocri.

Tanto nel primo caso, che chiameremo "lusso dell'apparire", che nel secondo, che chiameremo "lusso dell'essere", si muovono ingenti capitali.

Ci domandiamo: è possibile che il meccanismo individuato da Sombart possa farci guardare al lusso che muove capitali come fattore chiave di competitività, e quindi come salvezza dalla crisi¹?

Emergono, oggi, nuove declinazioni del lusso, che ci portano alla “riconquista del necessario”. Possiamo guardare alla “riconquista del necessario” come forma consolatoria delle “ferite quotidiane” (Abruzzese 2000, p. 90), che si esprime nel consumismo voluttuoso e sfrenato, oppure come sottrazione di ogni eccedenza, che può a sua volta diventare uno stile di vita lussuoso.

Perché il lusso non si limita ai beni di lusso, agli oggetti: il lusso può essere uno stile di vita, una scelta di vivere senza eccessi, anche se si ha la possibilità economica o materiale di non rinunciarvi. È proprio a questo che ci riferiamo quando sollecitiamo a guardare al lusso come soluzione / seduzione per vivere meglio.

Se è vero, come afferma Sombart, che “qualsiasi lusso personale ha origine innanzi tutto nel godimento puramente sensibile che danno le cose piacevoli” (Sombart 1988, p. 99), non è forse un'altra forma di lusso e una sfida provocatoria scegliere oggi la frugalità come “condizione di qualsiasi forma di abbondanza” (Latouche 2012, p. 21), come nuovo orizzonte di senso per l'uomo contemporaneo? Possiamo guardare al lusso oggi come a una frugalità culturalmente costruita?

Il lusso come sottrazione di ogni eccesso non insegue uno *status* puramente esteriore, ma nasce e vive per offrire emozioni, qualità, semplicità, innovazione. Ecco alcune forme in cui lo possiamo declinare.

C'è il recupero e la rigenerazione dell'artigianato come autoproduzione (ambienti realizzati con materiali di recupero, nati per un altro scopo, che vengono creativamente rifunzionalizzati alla ricerca del bello e del raffinato; rinascita creativa di oggetti in disuso...).

¹ Secondo l'indagine sulla percezione delle industrie culturali e creative di fascia alta pubblicato nel 2013 dall'European Cultural and Creative Industries Alliance (http://www.eccia.eu/index.php?id=5#page_16), il lusso potrebbe salvare l'Europa dalla crisi. Lo studio evidenzia la crescente immagine positiva del settore lusso tra i cittadini europei, che lo percepiscono come un fattore chiave della competitività europea, l'occupazione e l'attrattività. L'industria del lusso è, per i cittadini europei oggetto di rilevanza, ambasciatrice dei valori europei quali la qualità, la fiducia, l'artigianato, la creatività e l'eccellenza. La stragrande maggioranza degli intervistati ha detto che l'industria è importante per preservare le competenze e professioni creative (76%), attirando visitatori, assicurando il prestigio e il fascino dei centri storici (77%), la conservazione di artigianato (76%). Tutti questi fattori contribuiscono senza dubbio a rafforzare l'influenza culturale dell'Europa sulla scena mondiale, come riconosce il 71% degli intervistati. In secondo luogo, i cittadini europei vedono il settore high-end come un settore strategico per l'economia europea. È un dato di fatto, il 76% degli intervistati ha detto che l'industria è importante per l'occupazione, la crescita e la competitività; un marcato aumento rispetto al 2009 (69%). Secondo uno studio pubblicato nel giugno 2012 dal Frontier Economics sul tema: il valore delle industrie culturali e creative per l'economia europea”, le industrie europee di fascia alta hanno un fatturato annuo che supera i 400.000.000.000 di euro, pari al 3% del PIL europeo, e impiega oltre 1,5 milioni di persone. Sempre percezioni positive suggeriscono che i consumatori europei sono consapevoli della resilienza del settore lusso alla crisi finanziaria e ne riconoscono il ruolo strategico per la crescita e l'occupazione.

C'è il ritorno alla tradizione artigianale, con la sua cura nel dettaglio e la qualità delle materie prime. Amore, passione e dedizione orientano questa produzione.

Altre declinazioni possibili attraverso le quali si manifesta oggi il nuovo lusso sono: consumo sostenibile, cultura della responsabilità, scelta di vivere con “abbondanza frugale in una società solidale” (Latouche 2011, p. 13), fonti energetiche rinnovabili.

Consumo sostenibile e cultura della responsabilità sono un nuovo modello di sviluppo, di crescita, di comunità, che valorizza il senso civico e il *civic engagement*. Senza tradire la dimensione storico-concettuale del lusso, la sostenibilità può essere vista come una sua declinazione. Sostenibilità non è più la moltiplicazione dei consumi, ma la loro responsabilizzazione orientata allo sviluppo sostenibile.

È qui che entra in gioco l'abbondanza frugale teorizzata da Serge Latouche: “un orizzonte di senso per la fuoriuscita dalla società dei consumi, ma anche un obiettivo politico a breve termine da opporre alle pseudoterapie neoliberali o keynesiane nella situazione attuale di depressione repressiva (Latouche 2011, p. 23). L'abbondanza frugale si realizza attraverso l'autolimitazione dal superfluo.

Questa affermazione mi fa pensare all'aneddoto del pescatore e dell'economista:

«Un pescatore torna a casa con la sua piroga e incontra un economista, un esperto che opera nel mondo degli affari. L'esperto gli chiede come mai è rientrato così presto.

Il pescatore risponde che avrebbe potuto trattenersi più a lungo, ma che aveva pescato quanto bastava per provvedere alla famiglia.

“Mi dica un po', come impiega il suo tempo?”, chiede l'esperto.

Il pescatore risponde: “Beh, vado un po' a pesca. Gioco con i miei figli. Ci facciamo tutti un riposino pomeridiano quando fa caldo. La sera ceniamo insieme. Più tardi mi godo un po' di musica con gli amici, ecc”.

L'esperto lo interrompe: “Senta, ho una laurea e ho studiato queste cose. Vorrei aiutarla. Dovrebbe trascorrere più tempo a pescare. Guadagnerebbe di più e in poco tempo sarebbe in grado di acquistare una barca più grande di questa piroga. Con una barca più grande guadagnerebbe ancora di più e presto potrebbe avere una flottiglia di motopescherecci”.

“E poi?”, domanda il pescatore.

“Poi, invece di vendere il pesce a un intermediario, potrebbe trattare direttamente con lo stabilimento che lo lavora o addirittura mettere su un'industria di prodotti ittici. Potrebbe lasciare il villaggio e trasferirsi a Cotonou, a Parigi o a New York, e dirigere l'azienda da lì. Potrebbe perfino valutare la possibilità di quotare le sue azioni in borsa e diventare miliardario”.

“Quanto tempo richiederebbe tutto questo?”, chiede il pescatore.

“Più o meno dai 15 ai 20 anni”, risponde l'esperto.

“E poi?”, continua il pescatore.

“È a questo punto che la vita si fa interessante”, spiega l'esperto. “Poi potrebbe andare in pensione. Potrebbe lasciarsi alle spalle il trambusto della città e ritirarsi in qualche villaggio sperduto”.

“E poi?”, chiede il pescatore.

“Poi avrebbe il tempo di andare un po’ a pesca, di giocare con i figli, di farsi un riposino pomeridiano quando fa caldo, di cenare con la famiglia e di godersi un po’ di musica con gli amici”».

Il lusso oggi può incarnarsi nella rinuncia volontaria al superfluo, vista come espressione del sé piuttosto che come espressioni etiche o morali.

Per concorrere allo sviluppo sostenibile entra in gioco l’“energia sociale”, dispositivo che da voce a chi non ce l’ha e presuppone una forte capacità di intraprendenza, di partecipazione, e di auto-organizzazione collettiva.

La mobilitazione di “energia sociale” va di pari passo con il rinnovato protagonismo del “noi” che si va affermando in un campo, come quello economico, tradizionalmente riservato alla massimizzazione dell’utilità dell’io. “La dimensione del noi nell’economia – ossia il crescente ruolo di comportamenti cooperativi e comunità organizzate nella soluzione di problemi economici – pervade tutti gli aspetti della vita quotidiana, fornisce soluzioni nuove a problemi più o meno nuovi, entra nelle categorie basilari dell’azione economica, mettendo in discussione parecchie delle interpretazioni correnti, a partire dall’individualismo metodologico che si apprende con l’abc della scienza economica” (Carlini 2011, p. 105). Energia sociale ed economia del noi sono solo alcune fra le espressioni del mutamento del modo di vivere e della logica sociale propiziato dalle nuove tecnologie della comunicazione: la collaborazione di massa è in grado di allocare il *surplus* cognitivo che diversamente è destinato a rimanere inerte e improduttivo (Shirky 2010). La svolta democratica facilitata dal web 2.0 trova nell’immaginario della rete un *frame* narrativo e una metafora influente, quello della partecipazione condivisa, che le sostanzia sul piano simbolico e culturale abilitando pratiche di *civic engagement*. In questo caso si afferma un modello di regolazione del vivere associato che si fonda, anziché sul principio della delega, sull’esercizio della partecipazione attiva, diffusa e responsabile da parte dei cittadini, nonché sulla valorizzazione di beni comuni e relazionali (Borrelli - Gavrilà - Siciliano 2013).

Queste declinazioni del lusso come sottrazione degli eccessi produce innovazione sociale. È proprio in questo senso che noi oggi, in un momento di crisi del modello capitalistico, possiamo recuperare il meccanismo sombartiano sul lusso, che nasce, vive e si alimenta, oggi come ieri, dalle passioni dell’uomo, e quindi dalla vita dell’uomo.

Innovazione sociale è un nuovo modo di fare impresa nel senso classico/umanistico del termine, e cioè di intraprendere un progetto che fa la differenza.

È dagli anni settanta che le fabbriche sono robotizzate, ma producono sempre le stesse cose, ed è dagli anni novanta che abbiamo internet, ma rimane in gran parte un medium pubblicitario. Per andare avanti dobbiamo ripensare tutto in modo radicale – non possiamo aspettarci che il futuro sarà come il passato: dobbiamo ripensare i nostri sistemi di produzione materiale in un modo che integra il riciclo e il recupero come un elemento centrale, dobbiamo ripensare i nostri sistemi di trasporto, di produzione energetica, di produzione e consumo agroalimentare ecc. È

improbabile che le nuove idee che potranno guidarci in questa impresa vengano dall'alto. L'innovazione sociale ci mostra una altra strada basata su una moltitudine di iniziative dal basso, di esperimenti quotidiani. Quando parliamo di innovazione escludiamo il cosiddetto determinismo tecnologico, che vede nella tecnologia il solo motore dello sviluppo. L'innovazione non è solo *hardware*, evoluzione tecnologica, ma è un processo evolutivo che non si limita ad adattare qualcosa di vecchio in un nuovo supporto e quindi ad aggiornarlo, tradurlo, piuttosto nel cambiare le regole creando nuove unità, nuove modalità operative, nuove forme d'interazione in contesti diversi da quelli d'origine (cfr. Siciliano 2013).

Detto questo, ci chiediamo: la sfera pubblica può uscire dalla crisi profonda che l'attanaglia attraverso il lusso e le sue declinazioni? Oggi i cittadini si sentono sempre più impotenti, quasi vittime della politica, dove spesso emerge una connivenza tra conflitti di interessi e volontà contrastanti, tra la collusione delle classi dirigenti con interessi di gruppi privati al potere. Domina la sfiducia nella possibilità che le aspirazioni e gli interessi generali possano essere adeguatamente rappresentati, presi in carico e sintetizzati. In questo scenario, in cui la crisi regna sovrana, possiamo guardare ai problemi sociali come un disastro, una catastrofe, un castigo che ci è stato inferto, oppure come un'opportunità che ci consente, proprio a partire dalla crisi, di ri-partire, ri-cominciare. Questo ottimismo potrebbe essere visto come un lusso. Eppure, cambiando, come in un processo gestaltico, le premesse implicite che orientano i nostri giudizi, cioè cambiando quanto davamo per scontato, forse potremmo attribuire significati e valori diversi a quanto accade.

«Non possiamo pretendere che le cose cambino, se continuiamo a fare le stesse cose. La crisi è la più grande benedizione per le persone e le nazioni, perché la crisi porta progressi. La creatività nasce dall'angoscia come il giorno nasce dalla notte oscura. È nella crisi che sorge l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi supera sé stesso senza essere 'superato'. Chi attribuisce alla crisi i suoi fallimenti e difficoltà, violenta il suo stesso talento e dà più valore ai problemi che alle soluzioni. La vera crisi, è la crisi dell'incompetenza. L'inconveniente delle persone e delle nazioni è la pigrizia nel cercare soluzioni e vie di uscita. Senza crisi non ci sono sfide, senza sfide la vita è una routine, una lenta agonia. Senza crisi non c'è merito. È nella crisi che emerge il meglio di ognuno, perché senza crisi tutti i venti sono solo lievi brezze. Parlare di crisi significa incrementarla, e tacere nella crisi è esaltare il conformismo. Invece, lavoriamo duro. Finiamola una volta per tutte con l'unica crisi pericolosa, che è la tragedia di non voler lottare per superarla» (Einstein 2012 (1934)).

Le parole di Albert Einstein centrano il cuore dell'uomo moderno.

Proprio come ci suggerisce Einstein, immaginiamo di ripartire ribaltando il punto di osservazione. Chi osserva solo il particolare e cerca scuse per annegare nella crisi, saprà vedere solo le difficoltà del *welfare*, politiche nazionali discriminanti, inefficienza del pubblico. Guardando un po' più da lontano per inquadrare uno scenario d'insieme potremmo accorgerci che il segreto è una questione di mentalità,

di capacità di ragionare in un'ottica globale, di rimettersi in gioco, di farsi spingere dalle passioni, di creare connessioni e saperle organizzare razionalmente, di agire.

Solo l'azione può attivare cambiamento, e quindi innovare.

Il lusso e le sue derive possono darci, oggi come ieri, la spinta propulsiva per innescare il cambiamento. Scommettiamo?

Riferimenti bibliografici

Abruzzese, Alberto

- *Metafore della pubblicità*, Roma: Costa & Nolan, 2000

Bevilacqua, Emiliano - Borrelli, Davide

- "Vita ed economia nell'analisi sombartiana del capitalismo. Appunti per un'interpretazione bioeconomica di Werner Sombart", in *Sombart's thought revisited* (n.1 speciale *DADA. Rivista di antropologia post-globale* www.dadarivista.com), 2015:15-28

Borrelli, Davide - Gavrilă, Mihaela - Siciliano, Sarah

- "Prove di democrazia energetica. La comunicazione in movimento", in *Rassegna Italiana di Sociologia* / a. LIV, n.4, ottobre-dicembre, 2013

Calefato, Patrizia

- *Lusso*, Roma: Meltemi, 2003

Carlini, Roberta

- *L'economia del noi. L'Italia che condivide*, Roma-Bari: Laterza, 2011

Einstein, Albert

- *Il mondo come io lo vedo*, Roma: Newton Compton, 2012 (1934)

Ferrarotti, Franco

- *Presentazione*, in W. Sombart, *Il borghese. Lo sviluppo e le fonti dello spirito capitalistico*, Milano: Longanesi, 1978 (1913)

Gauntlett, David

- *La società dei makers: la creatività dal fai da te al Web 2.0*, Venezia: Marsilio, 2013 (2011)

Johnson, Steven

- *Dove nascono le grandi idee. Storia naturale dell'innovazione*, Milano: Rizzoli, 2011

Latouche, Serge

- *Per un'abbondanza frugale. Malintesi e controversie della decrescita*, Torino: Bollati Boringhieri, 2012 (2011)

Macchi, Jarvis

- *Lusso 2.0. Le nuove strategie digitali dei marchi di alta gamma*, Milano: Lupetti, 2011

Sennett, Richard

- *L'uomo artigiano*, Milano: Feltrinelli, 2008

Siciliano, Sarah

- "Innovage. Verso una reinvenzione del passato", in: *Media che cambiano, parole che restano*, a cura di D. Borrelli e M. Gavrilu, Milano: Franco Angeli, 2013

Shirky, Clay

- *Surplus cognitivo. Creatività e generosità nell'era digitale*, Torino: Codice, 2010

Sombart, Werner

- *Il borghese. Lo sviluppo e le fonti dello spirito capitalistico*", con una presentazione di F. Ferrarotti, Milano: Longanesi, 1978 (1913)

Sombart, Werner

- *Il capitalismo moderno*. UTET. Novara: De Agostini libri, 2013 (1902)

Sombart, Werner

- *Lusso e capitalismo*. Milano: Edizioni Unicopli, 1988 (1922)

