

Gabriele Arnesano
Sociologo

Il ruolo sociale e la biografia degli oggetti

*“Con gli oggetti – cannoni,
autocaglie, zagaglie – era più facile,
la loro presenza cupa e arrugginita
era eloquente di per sé, come
l'esistenza (e più spesso la fine di
quell'esistenza) di chi aveva
maneggiato, usato quel
lanciafiamme o quella
mitragliatrice, dormito
nell'abitacolo di quel mezzo
corazzato o sporto la testa dalla
torretta, spesso l'ultimo suo gesto”.*

(Claudio Magris, *Non luogo a
procedere*, Garzanti, Milano 2015: 25)

Abstract

Objects have a social life and contribute to the production of reality. Through mutual socialization with things, people build their own style, their own personality. The social status of objects, however, has a transitory nature. Their cultural biography - with the various steps leading to a possible reuse - is intertwined with people's lives. Re-use, in particular, helps to re-contextualize the status of objects.

Keywords: *Objects; social status; biographies; reuse.*

Fra tutti gli oggetti.

Fra tutti gli oggetti più cari
sono per me quelli usati.
Storti agli orli e ammaccati, i recipienti di rame,
i coltelli e le forchette che hanno di legno i manici,
lucidi per tante mani; simili forme
mi paiono di tutte le più nobili. Come le lastre di
pietra
intorno a case antiche, da tanti passi lise, levigate
e fra cui crescono erbe, codesti
sono oggetti felici.
Penetrati nell'uso di molti,
spesso mutati, migliorano forma, si fanno
preziosi perché tante volte apprezzati.
Persino i frammenti delle sculture,
con quelle loro mani mozze, li amo. Anche quelle,
vissero per me. Lasciate cadere, ma pure portate;
travolte sì, ma perché non troppo in alto stavano.
Le costruzioni quasi in rovina
hanno ancora l'aspetto di progetti
incompiuti, grandiosi; le loro belle misure
si posson già indovinare; non hanno bisogno
ancora della nostra comprensione. E poi
han già servito, sono persino superate. Tutto
questo mi fa felice.
(Bertold Brecht, 1932)

Soggetto/oggetto

Parlare di oggetti (o di cose, la differenza la vedremo più avanti) aiuta la comprensione del mondo sociale. Ogni oggetto ha un suo singolare percorso di vita, una “biografia” utile a rivelare qualcosa della società in cui è inserito. Gli oggetti e le loro storie hanno, insomma, un ruolo sociale che merita di essere indagato.

Solo da pochi decenni le scienze umane hanno cominciato a chiedersi quale ruolo hanno gli oggetti nelle dinamiche sociali. A lungo la sociologia, da sempre concepita come scienza dei soggetti, non ha riconosciuto un ruolo attivo agli oggetti, trattati come prodotti dell'attività umana o strumenti dell'attività del soggetto. L'atteggiamento verso il ruolo sociale degli oggetti è mutato soprattutto per l'influenza delle riflessioni di antropologi (M. Douglas, C. Campbell, D. Miller, I. Kopytoff) e studiosi della società dei consumi formati sui libri di Jean Baudrillard. Secondo questi studiosi, nel funzionamento dei fenomeni sociali gli oggetti agiscono come soggetti capaci di contribuire alla produzione della realtà. Sono, cioè, in grado di modificare con la loro presenza lo stesso sistema delle interazioni umane.

Gli oggetti *agiscono* socialmente e con una propria *autonoma* personalità (Volontè 2009: 20). Essi si introducono nelle relazioni umane prescrivendo modelli di comportamento, traiettorie e movimenti di parti del corpo. Basti pensare a oggetti a forte contenuto tecnologico, come gli *smartphone*, che non diventano solo estensione del corpo ma condizionano movimenti, comportamenti e scelte degli umani. La personalità degli oggetti interagisce con la personalità degli umani.

Gli studiosi della cultura materiale indagano la ricchezza dello status sociale delle cose per comprendere meglio cosa avvenga tra individui e oggetti. Il legame soggetto/oggetto dipende dallo

status sociale del soggetto ma anche dalla storia e dallo status dell'oggetto (Appadurai 2005), in un processo di costruzione mutua e reciproca. Nello studio del dono appare chiaro il ruolo delle cose come agenti attivi nelle relazioni sociali.

Secondo Marcel Mauss il dono ha un ruolo fondativo in ogni sistema sociale. Nel suo celebre *Saggio sul dono* (1922) lo definisce “fatto sociale totale”, la cui essenza consiste nel trittico: dare, ricevere, restituire. Ogni dono richiede un “contro dono” che, in alcune occasioni, può consistere semplicemente in una concreta dimostrazione di gradimento attraverso l'utilizzo dell'oggetto ricevuto in dono.¹ Il dono contribuisce a costruire legami sociali attraverso processi di reciproco riconoscimento e, allo stesso tempo, segna un momento di rottura nell'ordine quotidiano. Uno scambio che crea socialità, appunto, soddisfacendo il bisogno di riconoscimento personale e sociale di ogni essere umano. Il valore del dono è tutto nella testimonianza dell'offerta (e della richiesta) di legame.

Il dono, però, se da un lato costruisce legami, dall'altro crea un equilibrio generando debito (Godbout, 1993). Secondo l'antropologo canadese Jacques Godbout, infatti, è proprio questa asimmetria nel rapporto che favorisce l'equilibrio di un gruppo. E persino diverse situazioni della vita quotidiana che implicano attenzione e cura (impacchettare i regali, lavare i piatti) possono assumere significato attraverso il modello teorico del dono.

Il significato degli oggetti muta a seconda dei contesti differenti e delle modifiche d'uso. Per correlare questi mutamenti non possiamo non riferirci alle biografie degli oggetti

¹ Nel settore degli abiti usati, per esempio, come evidenziato da una ricerca da me condotta (Arnesano: 2010).

ristabilendo, in questo modo, i loro caratteri polisemici. La biografia degli oggetti è un'opzione metodologica che permette di superare le categorie imposte dal linguaggio e dalle norme culturali (Bonnot 2009). Lo status sociale dell'oggetto ha però natura transitoria; se c'è un legame affettivo, ad esempio, l'oggetto diventa qualcos'altro.

Tra le persone e le cose fluiscono costantemente delle relazioni. Come dimostra Daniel Miller (2014) in un recente studio, attraverso queste relazioni le persone costruiscono quella che chiama la propria “estetica”. Ogni persona crea un proprio stile, un ordine, un'estetica appunto, «sfruttando i diversi potenziali che percepisce nelle proprietà specifiche di ciascun *medium* materiale, per creare una cosmologia globale basata sulla contemporaneità di questi generi» (ivi: 193). Secondo Miller è proprio l'ordine delle relazioni con gli oggetti che crea i soggetti; e, attraverso la loro socializzazione reciproca, gli uomini che le scienze umane classificano in categorie sociali.

Benché oggi si usino i termini cosa e oggetto come sinonimi, cosa non significa oggetto, e viceversa. La cosa è la *res* latina, qualsiasi entità concreta e astratta che si contrappone al nulla. Oggetto è invece la cosa fisica, materiale, che si pone in una chiara distanza dal soggetto ed è immersa in un contesto di senso e di uso umani. Ma, a conclusione dell'opera di “restauro concettuale”, la distinzione tra cosa e oggetto si sgretola alla prima enunciazione linguistica (Bodei 2009). Ed è perciò che, a distinguersi e differenziarsi dalle persone, è un mix di cosa e oggetto. Alla prima la cultura occidentale riserva il destino di individualizzazione, e alle seconde quello di scambio e mercificazione (Kopitoff 2005).

Per Igor Kopitoff, invece, così come le persone sono state e possono essere “mercificate”, gli oggetti entrano ed escono dalla

categoria di merce. La loro biografia culturale, con i vari passaggi dall'uso alla decadenza al riuso, si intreccia con la vita delle persone; soprattutto nella sfera domestica, come evidenziato da Eugenio Imbriani (2014) nella vicenda, da lui riportata, i cui testimoni privilegiati sono appunto oggetti.² Che rinviano a legami con il passato e partecipano alle narrazioni.

«Gli oggetti conservati, sottratti al valore di scambio, diventano qui occasione di scambio comunicativo» (ivi: 76). Essi costituiscono un “sistema parlato” (Baudrillard 2009) che aiuta a stabilire legami nel tempo e nello spazio. Sono “materiali di comunicazione” – come sostengono M. Douglas e B. Isherwood (1984) – che, cambiando e ricoprendo ruoli diversi come le persone, «assumono significati nuovi con il tempo, a seconda dello sguardo che si posa su di essi» (Imbriani, 2011: 108).

I percorsi biografici delle cose

Nei possibili destini degli oggetti vi è quello della rinascita attraverso il riuso. In una nostra ricerca (Arnesano 2010) ci siamo occupati degli abiti usati che ritornano nel mercato iniziando una nuova esistenza sotto forma di merce. Un mercato, quello degli abiti usati, che è luogo dello scambio simbolico: «gli oggetti non più fine dell'azione economica ma come pretesti per relazioni significative tra chi vende e chi compra e per questi ultimi con il proprio sistema relazionale» (Paltrinieri 2010). Questo particolare tipo di oggetto, l'abito usato, porta con sé le

² Nel capitolo “La vita privata delle cose” del suo *Sull'ironia antropologica* (2014) riporta il racconto di una signora del delitto d'onore consumato, circa un secolo fa, da un suo parente. «Testimoni privilegiati di questa vicenda sono appunto oggetti destinati a un'esistenza riservata e raccolta, tesaurizzati in ambito domestico, negati all'uso, demercificati in via temporanea o, chissà, definitiva» (ivi: 76).

tracce di un percorso biografico. Il riuso non si limita ad allungare il percorso di vita dell'oggetto ma ne ricontestualizza lo statuto. Tali pratiche «attualizzano, rendono visibile in interstizi simbolici lo iato esistente tra la memoria del sociale – che tende al processo dell'oblio come forma di riproduzione sistemica – e le memorie individuali come lavoro produttivo, esito del processo di individualizzazione a cui oggi siamo costretti» (ivi: 11).

La seconda vita degli oggetti, il loro riuso, è il modo in cui il consorzio sociale (o familiare) valorizza il lavoro e l'impegno dei vecchi proprietari. Come afferma Guido Viale in un bel libro sulla società del riuso: «una società solidale e conviviale è anche un consorzio umano dove le cose *chiedono* di essere usate da molti, di avere un nuovo padrone quando hanno perso quello precedente» (2010: 36). La cultura del riuso non può prescindere da una cultura della manutenzione e della riparazione. Ed entrambe non possono prescindere da un amore e un'attenzione per gli oggetti, dalla conoscenza delle loro caratteristiche e del loro funzionamento.

Nel mercato parallelo dei beni che si candidano a una nuova vita i consumatori più accorti mettono in atto strategie di *shopping*, “espedienti” che richiedono fantasia, creatività e competenze di tipo artigianale. Ritengo perciò che li si possa far rientrare nella tipologia del “consumatore artigianale” – delineata da Colin Campbell (2006) – spinto nelle sue scelte di consumo dal desiderio di impegnarsi in atti creativi e di libera espressione della propria personalità.

Lo stesso modello del *low cost* applicato al settore dell'abbigliamento induce il consumatore a giocare con i prodotti, «facendo le sperimentazioni e gli errori che gli sono indispensabili in quel complesso processo di costruzione

dell'identità personale che è richiesto dalle attuali società ipermoderne» (Codeluppi 2015: 77). Identità che non possono che essere eclettiche, provvisorie e instabili.

Il modello di produzione e consumo che accelera i processi di acquisto e sostituzione dei prodotti presenta, evidentemente, conseguenze in termini di impatto negativo sull'ambiente. Il riciclo e il riuso costituiscono – più che una soluzione al problema dei ritmi produttivi e dell'alto tasso di rinnovamento dei prodotti – delle buone pratiche, forme di resistenza poco rumorose ma efficaci.

L'approccio antropologico al consumo, che evidenzia l'importanza degli oggetti materiali nell'analisi della cultura, presenta vantaggi evidenti anche per una ricerca sugli oggetti usati che ritornano nel mercato. Ripercorrere il loro itinerario di vita – operazione comunque complessa e ai limiti del possibile – permette di ricostruire la complessa struttura di significati che si arricchisce ad ogni passaggio. E di cogliere, in una diversa prospettiva, la complessa questione del valore. «È la complessa storia dell'associazione di un oggetto con gli esseri umani a determinare il suo valore di merce in qualsiasi momento» (Dant 1999: 24).

Sono quindi le persone e i contesti culturali che inscrivono valore dentro agli oggetti; e attribuiscono significato recuperandoli, interpretandoli e utilizzandoli. Negli oggetti usati, in particolare, che sono “oggetti di memoria”, possiamo cogliere una particolarità della loro ambivalenza – di merce astratta e concreta al tempo stesso – che si riflette nella duplicità delle forme di valore: di scambio e d'uso. Per quanto riguarda gli abiti usati, tale particolarità sta nel fatto che il loro valore di scambio,

espresso sotto forma di un prezzo talvolta irrilevante³, mal rappresenta il marxiano “valore sociale”⁴ di questo tipo di merci. Il valore sociale, infatti, si arricchisce di saperi e conoscenze delle “rovistatrici”, attente e pazienti (sono soprattutto, ma non esclusivamente, donne) che hanno, rispetto al mondo degli oggetti, un approccio olistico al quale concorrono dimensioni sensoriali oltre a quelle cognitive e culturali.

Nel rovistare lento, infatti, la vista e il tatto hanno un ruolo fondamentale. I mucchi di abiti richiedono tempi rallentati e tecniche di ricerca che dipendono, oltre che dalle finalità della ricerca stessa, dal personale patrimonio di competenze. L'esperienza delle frequentatrici dei mercatini dell'usato, infatti, non è solo tecnica “rovistatoria” ma anche uso consapevole, un processo di costruzione di capacità che diventano memoria incorporata di un sapere che si traduce in capacità di azione.

Attraverso questa esperienza di esercizio con le cose, le “rovistatrici” decostruiscono il senso e gli usi dei prodotti, ricostruendoli secondo proprie regole e modelli di lettura. Una vera e propria “arte di fare” (Sennet 2008) che permette loro di manipolare i significati simbolici attribuiti ai prodotti. Vi è una straordinaria ricchezza di pratiche, frutto di saperi ed esperienze

³ Nei mercatini di abiti usati vi sono banchetti che espongono mucchi di abiti e accessori a prezzi di cinquanta centesimi/un euro a capo. La pazienza e la competenza delle rovistatrici rende possibili veri e propri affari, per la presenza, nei mucchi indistinti, di capi di qualità e in buone condizioni.

⁴ Il valore sociale della merce viene fatto corrispondere da Marx (Libro I del *Capitale*, 1867; cfr. Marx 1980) alla quantità di lavoro astratto oggettivato in essa, ossia alla quantità di tempo di lavoro oggettivato. Negli oggetti usati possiamo farlo corrispondere alla somma dei “lavori” di colui che si è liberato dell'oggetto, di coloro che lo hanno raccolto, di coloro che lo hanno selezionato giudicandolo adatto al ritorno al mercato, del venditore e, infine, del compratore che lo ha “liberato” dall'indistinto del mucchio.

conoscitive e tecniche, che chiedono di essere recuperate e valorizzate. Non per fissare mappe né per ricostruire tecniche che non hanno alcuna stabilità; ma per riconoscere al “fare” e alle mani la loro fondamentale funzione di conoscenza. Ripartendo dalle cose, che sono reti di relazioni – inserite all'interno di reti più grandi - e si prestano alle micronarrazioni di cui ha bisogno una società, la nostra, caratterizzata dal declino delle grandi narrazioni.

Bibliografia

1. APPADURAI A., 2005, *Le merci e la politica del valore* (ed. orig. 1986), in Mora E. a cura di, *Gli attrezzi per vivere. Forme della produzione culturale tra industria e vita quotidiana*, Vita & Pensiero, Milano: 3-75.
2. ID., 2014, *Il futuro come fatto culturale. Saggi sulla condizione globale*, Raffaello Cortina, Milano.
3. ARNESANO G., 2010, *Seconda mano. Oggetti significati e relazioni nei mercatini di abiti usati*, Besa, Nardò (Le).
4. BAUDRILLARD J., 1979, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano.
5. ID., 1972, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano.
6. BODEI R., 2009, *La vita delle cose*, Laterza, Bari-Roma.
7. BONNOT T., 2009, *L'approccio biografico alla cultura materiale*, pag. 27/37, in Mattozzi A., a cura di, *Biografie di oggetti – Storie di cose*, Bruno Mondadori, Milano;
8. CAMPBELL C., 2006, *Il consumatore artigianale: cultura, artigianato e consumo nella società post-moderna*, in Di Nallo E. e Paltrinieri R., a cura di, *Cum sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società globale*, Franco angeli, Milano: 65-82.
9. CODELUPPI V., 2015, *Mi metto in vetrina*, Mimesis, Milano-Udine.

10. DANT T., 1999, *Material culture in the social world: values, activities, lifestyles*, Open University Press, Buckingham (UK).
11. DI NALLO E., PALTRINIERI R., a cura di, 2006, *Cum sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società globale*, Franco Angeli, Milano.
12. DOUGLAS M., ISHERWOOD B., 1984, *Il mondo delle cose*, Il Mulino, Bologna.
13. GODBOUT J., 1993, *Lo spirito del dono*, Bollati-Boringhieri, Torino.
14. IMBRIANI E., 2011, *I vestiti di Cenerentola e altre confezioni in antropologia*, Edizioni di pagina, Bari.
15. ID., 2014, *Sull'ironia antropologica*, Progedit, Bari.
16. KOPYTOFF I., 2005, *La biografia culturale degli oggetti: la mercificazione come processo*, in Mora E., a cura di, *Gli attrezzi per vivere. Forme della produzione culturale tra industria e vita quotidiana*, Vita & Pensiero, Milano: 77-111.
17. LA CECLA F., 2002, *Non è cosa. Vita affettiva degli oggetti*, Eleuthera, Milano.
18. MARX K., 1980, *Il capitale. Libro I, II, III*, Editori Riuniti, Roma (ed. orig. 1867,1885,1894).
19. MATTOZZI A., a cura di, 2009, *Biografie di oggetti – Storie di cose*, Bruno Mondadori, Milano.
20. MILLER D., 1994, *Material culture and mass consumption*, Blackwell Publishers, Oxford (UK).
21. ID., 2014, *Cose che parlano di noi*, Il Mulino, Bologna.
22. MORA E., a cura di, 2005, *Gli attrezzi per vivere. Forme della produzione culturale tra industria e vita quotidiana*, Vita & Pensiero, Milano.
23. PALTRINIERI R., 2010, *Prefazione*, in Arnesano G. 2010, *Seconda mano. Oggetti, significati e relazioni nei mercatini di abiti usati*, Besa, Nardò (Le): 9-12.
24. SENNET R., 2008, *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano.

25. VIALE G., 2010, *La civiltà del riuso*, Laterza, Bari-Roma.
26. VOLONTÉ P., 2009, *Oggetti di personalità*, in Mattozzi A., a cura di, *Biografie di oggetti – Storie di cose*, Bruno Mondadori, Milano: 11-27.
27. WARNIER J.P., 2005, *La cultura materiale*, Meltemi, Roma.