

# Quaderni d'altri tempi



(a cura di) Luca Ciabbari

**Cultura materiale**

**Oggetti, immaginari,  
desideri in viaggio tra  
mondi**

Raffaello Cortina Editore,

Milano, 2018,

pp. 334, € 26,00

## DI CHE COSA PARLIAMO QUANDO PARLIAMO DI COSE

di **Gennaro Fucile**

L'oggetto è "un concentrato del mondo", come lo definì Michel Maffesoli in una sua riflessione sulla natura morta (Maffesoli, 1993) e ai quattro angoli del mondo popoli in tutto differenti tra loro sembrano fargli eco e darne concreta testimonianza nelle loro pratiche quotidiane e rituali.

La popolazione Haya, per esempio, che vive nell'area nord-occidentale della Tanzania, ha modificato nel corso del Novecento le pratiche funebri: all'inizio i beni personali del defunto (zucche per bere, cucchiai, vestiti) venivano distrutti; oggi quegli oggetti vengono gelosamente conservati dagli eredi, testimoniandone così l'affetto e la consistenza del ricordo.

Una genuina risemantizzazione e risignificazione di quei manufatti, che ha comportato una rielaborazione del loro valore e parimenti uno spostamento della memoria e dell'oblio di coloro che non ci sono più. D'altronde, poiché tutti gli oggetti sono depositari di memorie ed essendo lo stesso oblio un atto intenzionale della memoria funzionale al ricordo, si può affermare che l'intero processo si rende possibile proprio grazie agli oggetti. È una delle riflessioni contenute nello studio dell'antropologo Brad Weiss *Dimenticare i propri morti. Oggetti alienabili e inalienabili nel nord-ovest della Tanzania*, indagine inclusa in *Cultura materiale*, volume curato da Luca Ciabbari, che presenta dieci studi antropologici apparsi su riviste internazionali nel corso degli anni Novanta e Duemila. Vi si disegna lo stato complessivo delle cose, il rinnovamento e le direzioni possibili da intraprendere in futuro per approfondire la conoscenza di questi compagni (più o meno) silenziosi delle nostre vite: gli oggetti. Ne emerge un affascinante mosaico del quale ogni tessera ci svela un loro differente e significativo incidere nella costruzione della realtà, delle relazioni sociali, delle identità culturali e delle caratteristiche individuali.

In un altro degli studi inclusi in *Cultura materiale*, *Telefoni cellulari e reti sociali in Jamaica*, Heather Horst e Daniel Miller descrivono le significative differenze nella diffusione dei cellulari in diversi contesti culturali a partire da una ricerca condotta in Giamaica, arrivando a concludere che la diffusione globale della tecnologia non procede in base a principi omogenei: differenti impieghi, e appropriazioni locali, fanno sì che gli usi del telefonino risultino molto diversi rispetto per esempio a realtà relativamente vicine come Trinidad.

Ancora telefonini ma anche macchine fotografiche al centro di un altro studio, condotto da Andrew Lattas (*Telefoni, macchine fotografiche e tecnologia nei culti cargo della nuova Britannia Occidentale*) nel quale si analizza il ruolo importante svolto da questi oggetti nei cosiddetti

*culti del cargo* melanesiani, movimenti millenaristici che predicano l'abbandono delle isole da parte dei Bianchi, ma che nel lasciarle le inonderanno di tutte le loro cose lanciandole da aerei e navi (da qui il nome) in una sorta di restituzione del mal tolto, essendo in origine beni destinati a loro dagli spiriti degli antenati. Qualche anno fa un delizioso cortometraggio animato, *Cargo Cult* (2013) di Bastien Dubois, prodotto da Sacrebleu Productions, ne forniva una sintesi.

Giamaica, Tanzania, Melanesia: *Cultura materiale* presenta studi che rivolgono quasi tutti il loro sguardo su comunità native dell'Oceania, dell'Africa e delle Americhe con un'unica significativa eccezione di cui diremo più avanti.

Non manca un po' di storia del concetto di cultura materiale. Nella sua introduzione, Ciabbari, infatti, ne riepiloga l'evoluzione, ne ribadisce la sua centralità all'interno dell'antropologia sin dalle analisi dei suoi padri fondatori nella seconda metà dell'Ottocento e di come sia progressivamente mutato l'atteggiamento verso il ruolo sociale degli oggetti grazie proprio alle riflessioni di antropologi, tra cui quelle di Mary Douglas e Baron Isherwood, di Daniel Miller, di Arjun Appadurai e Pierre Bourdieu, ma, aggiungiamo, anche di studiosi della società dei consumi, a partire da Jean Baudrillard che già in *Il sistema degli oggetti* (1968) congetturò intorno allo "scaltro genio dell'oggetto" (Baudrillard, 2003). Che gli oggetti siano tutt'altro che inerti, anzi agenti piuttosto attivi ed eloquenti lo si afferma da tempo anche negli universi della finzione. Per esempio, ben prima di parlare direttamente di loro, di confidarci i loro nomi e i loro sogni, Georges Perec nel suo romanzo d'esordio, *Le cose* (1965), ci descrive nel primo capitolo l'appartamento della giovane coppia protagonista della storia. Ci introduce a loro attraverso gli oggetti che popolano la loro casa:

"Ciotole di legno, lunghi portapenne, vasetti d'ogni specie conterrebbero matite, fermagli, graffette, punti metallici. Un mattone di vetro servirebbe da portacenere. Una scatola rotonda di cuoio nero, decorata d'arabeschi d'oro zecchino sarebbe colma di sigarette [...] Un treppiede di legno dipinto, quasi al centro della stanza, reggerebbe un mappamondo di argentone e cartapesta, ingenuamente illustrato, falso antico" (Perec, 2011).

Specchi delle loro abitudini e del loro immaginario, dunque del proprio sé: un inventario dell'anima composto da cose che hanno un'anima, qualche volta anche malvagia. C'è una lista in continuo aggiornamento di oggetti posseduti e/o maledetti, che spazia dalla letteratura al cinema e a studi parascientifici. Storie nere di orrori assortiti. Tutte ci raccontano che gli oggetti celano un fantasma, come per altre vie e differenti fini intuì Karl Marx. Il fantasma, però, ci ha ricordato Jacques Derrida non può morire per intrinseca natura, cosicché ci ritroviamo perennemente visitati da costoro, presenze spettrali in massima parte schive, non inclini a pose e atteggiamenti folkloristici con lenzuoli e catene; perlopiù presenze pacifiche, a esclusione di uno stuolo di [bambole](#), [bambolotti](#) e [feticci](#) di tal fatta componenti la lista a cui si accennava poc'anzi: esserini animati da una veemente vena omicida.

In massima parte, invece, negli oggetti si incarna una manifesta disposizione a instaurare relazioni stabili e durature con coloro che li possiedono (ancora la possessione che rientra dalla finestra) e relazioni di tal fatta sono le uniche in grado di creare vincoli, di fornire sostanza alla memoria e all'identità, di dotarci di coordinate per individuare una nostra possibile posizione nel mondo, e finanche ridefinendo il concetto di corpo.

Sarà così probabilmente fino alla fine dei tempi, come suggerisce il film di Sion Sono, *The Whispering Star* (2015) che ci proietta in un futuro che vede l'umanità in via d'estinzione e al contempo l'80% della popolazione composta da robot. La protagonista del film è infatti Machine ID 722, un'androide che viaggia a bordo di un'astronave, la Rental Spaceship Z in compagnia del computer di bordo. Ha una semplice finzione: consegne a domicilio tra un pianeta e l'altro. Consegna pacchi agli umani: un cappello, una matita, vestiti. Le sfugge il senso del suo lavoro. Per quelle spedizioni basterebbe il teletrasporto, invece gli umani preferiscono ricevere materialmente gli oggetti perché quel gesto di scambio li emoziona. Sono relazioni privilegiate quelle che instauriamo con gli oggetti, al punto che anche il più radicale degli anacoreti non sarà mai in grado di liberarsene del tutto. Lo stesso Diogene si privò di tutto ma non della botte, ormai parte di (del suo) sé.

Tutto si complica quando ci ritroviamo circondati da miliardi di oggetti, innumerevoli al punto di dover creare un internet delle cose per incrementare la loro partecipazione alla nostra vita quotidiana e noi capirci qualcosa. E ciascuno è un concentrato del mondo, della nostra storia anche come razza umana nel suo complesso, come mirabilmente riassunto nella celebre sequenza di *2001: Odissea nello spazio* gli oggetti e noi: il primate uccide la scimmia avversaria con un osso mutandone lo statuto e modificando sé stesso dando vita a un percorso che in pochi secondi (ecco la mirabile sintesi) lo proietterà nel futuro (l'osso, oramai clava, manufatto primitivo che ruotando si trasforma in velivolo spaziale, manufatto evoluto).

Stando così le cose, la loro centralità nella costituzione del nostro sé e delle identità collettive non poteva non essere da tempo oggetto di investigazione scientifica.

Vastissimo campo d'indagine antropologico (e sociologico), comunemente indicato come "cultura materiale", un concetto che, sebbene induca a un'associazione immediata a termini come materialismo, superficialità, consumismo e spreco (il suo indotto, in un certo senso), è in realtà radicalmente tutt'altro.

Le cose materiali "ti stanno dinanzi come il simbolo fondamentale della tua personalità o delle tue relazioni [...] le persone sedimentano i propri beni materiali, li posano come fondamenta, mura materiali cementate di memoria, supporti resistenti di cui ci si impossessa quando i tempi sono difficili e si sta affrontando un'esperienza di perdita" (Miller, 2014), si legge nella ricerca condotta dell'antropologo inglese Daniel Miller con la sua collaboratrice, Fiona Parrott in un'unica via di Londra, da cui scaturiscono dodici storie di vita narrate con il tramite degli oggetti che popolano le loro case.

Ritratti di persone a mezzo di cose materiali, come nel romanzo di Perec.

Gli oggetti sono fabbricanti di relazioni, di personalità, di identità, di storie. Lo ha capito bene il marketing allestendo astutamente la magnifica finzione del brand, rovesciando i termini della questione per rendersi credibile, per riscattare la merce dalla sua condizione plebea ed eleggerla a prodotto di marca, a nobile figura con un passato, un prestigio, un lo e una capacità di legare a sé gli altri: i consumatori. Noi, in definitiva.

Tornando al volume curato da Ciabbari, come si è detto, uno degli studi ha come campo d'indagine uno stato della vecchia Europa, più precisamente uno stato che non esiste più: la DDR, la Repubblica Democratica Tedesca. Il lavoro di Milena Veenis si intitola *La Coca Cola nella Repubblica Democratica Tedesca. Fantasie orientali sui consumi occidentali* e prende le mosse da una scena chiave del film *Goodbye Lenin* (2003) di Wolfgang Becker.

Ne è protagonista Christiane, militante comunista di vecchia data che, andata in coma poco prima della caduta del Muro, si risveglia quando questo e la DDR non esistono più. Shock tremendo e da evitare, secondo i due scaltri figlioli, che decidono di immergerla in un simulacro di socialismo reale (simulacro al quadrato a ben vedere) con finte trasmissioni televisive e altro. Un giorno però Christiane avvista dalla sua finestra la fine del mondo: sulla facciata del condominio di fronte viene affisso un gigantesco striscione pubblicitario della Coca-Cola.



Fin qui la finzione, che emblematicamente riassume il passaggio all'economia di mercato, al capitalismo, al mondo delle marche con il ricorso a uno dei brand più noti del pianeta, icona dei sistemi economici occidentali. Ciò che evidenzia lo studio di Veenis non è però la mera vittoria ideologica di quel momento, il trionfo dell'ideologia del consumo. La studiosa scava all'interno della ex società socialista tedesca nella quale la Coca-Cola era già famosissima e i tedeschi dell'Est ne andavano matti al punto che la classe politica al potere sostenne la produzione di cole nazionali per soddisfare la domanda, giungendo a conclusioni in apparenza paradossali, ma che ancora una volta svelano la capacità dei beni materiali di saper modellare in forme inedite le relazioni umane, in questo caso quelle tra masse e potere.

Veenis non si accontenta della polarizzazione tra oppressi e oppressori all'interno dell'ex DDR e rilegge le dinamiche che vi erano sottese alla luce del consumo della bevanda made in USA con tutto il suo portato di ambiguità, individuando nella Coca-Cola un agente di primo piano in quella logica dello Stato di *coersedurre*, secondo la contrazione di "coerce" e "seduce", ovvero coercizione e seduzione, adottata la prima volta dal sociologo Mel van Elteren. A iniziare dal fatto che la Coca-Cola in quanto bene agognato era al tempo stesso simbolo del nemico ma anche fine ultimo del socialismo insieme a una pletora infinita di altri oggetti. Questo perché il compito di quel modello sociale, la sua promessa consisteva proprio nel soddisfacimento della vita materiale. L'utopia materialista doveva combattere e al tempo stesso lavorare a favore di oggetti di consumo come la Coca-Cola, il cui desiderio era quasi un risultato indiretto di quelle politiche utopiche. Da qui il via libera a produzioni fatte in casa, un'infinità: Quick Cola, Vita Cola Efro-Kristall, Cola Gold, Colette Sport Cola Coco, Krauterkola, Kopola, Klaus Cola, Fricola, Kafee Cola, Peccoli, Lipsi, Mokkaperle Copola, Colaro, Exquisit.



**Cokework: JapanTsunami Memorial, 3/11/11** è uno dei cinque lavori dell'artista Kim Frohsin inclusi nella mostra itinerante internazionale organizzata nel 2014 per il centenario di Coca-Cola.

Naturalmente nessuna fu in grado di conquistare il cuore e il gusto dei cittadini della DDR, perché "i beni di consumo occidentali erano referenti incarnati di un mondo immaginario che evocava non solo una geografia immaginaria ma, soprattutto, un'identità collettiva immaginaria". In questo modo veniva a realizzarsi una critica al regime imputato di non saper adempiere alle sue stesse promesse, ma senza fuoriuscire dal perimetro ideologico disegnato dallo Stato.

Lo scaltro genio dell'oggetto qui si fece complice di un'ambiguità che prosperò in uno spazio di fantasia in grado di rigenerare il sistema stesso. L'analisi di società totalitarie come la DDR, secondo Veenis, torna tuttora utile perché "[...] queste società offrono casi di studio significativi anche in relazione alle società di consumo odierne in cui obsolescenza programmata, desideri insoddisfatti e «un costante orientamento al desiderio» sono supporti ideologici centrali".

E così si torna a guardare con sospetto allo spirito della bottiglietta.

---

## l e t t u r e

- Jean Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 2003.
- Michel Maffesoli, *Nel vuoto delle apparenze. Per un'etica dell'estetica*, Garzanti, Milano, 1993.

- Daniel Miller, *Cose che parlano di noi*, il Mulino, Bologna, 2014.
- Georges Perec, *Le cose*, Einaudi, Torino, 2011.

**10 settembre 2018**