



A JOURNAL OF THE
SOCIAL IMAGINARY



La capitalizzazione dell'apocalisse ambientale: tra etica del consumo ed ethos del trascendimento umano¹

Linda Armano

linda.armano@unive.it

Università Ca' Foscari di Venezia | Dipartimento di Management

Francesco Barbalace

f.barbalace@unidarc.it

Università "Dante Alighieri" Reggio Calabria

Pier Luca Marzo

marzop@unime.it

Università degli Studi di Messina



Abstract

Capitalizing on the environmental apocalypse: between consumer ethics and the ethos of human transcendence

The state of alteration of the planet's natural balance has reactivated the specter of the end of the world in individual and global consciousness, but not that of the end of capitalism. A paradoxical condition, given that it is precisely the regime founded by the industrial revolution that caused the environmental crisis. The imaginary of the environmental apocalypse has become the semantic pool from which capitalist rationality draws to resolve its own systemic crises. It is in this framework that the article develops the theme of the capitalization of the environmental apocalypse, understood as a degree of commodification of the world, hidden in the model of the green economy and in ethical and sustainable consumption. This process is analyzed through a case study on the Canadian diamond trade sector, which seems to have re-enchanted consumers of luxury goods thanks to an ethics certification, used as a guarantee of the application of safety protocols towards miners, indigenous populations and environmental protection.

Keywords

Social Imaginary | Environmental Apocalypse | Ethical Consumption | Human Transcendence | Capitalism

¹L'articolo qui presentato è stato concepito in maniera congiunta dagli autori. Tuttavia, è possibile attribuire il primo paragrafo a Pier Luca Marzo ("L'ambiente socio-antropologico dell'immaginario), a Francesco Barbalace il secondo paragrafo ("Il Capitalismo e/è l'ambiente immaginativo") e a Linda Armano il terzo paragrafo ("Il consumo etico come pratica di trascendimento della crisi umana e ambientale").

1. L'ambiente socio-antropologico dell'immaginario

All'interno dello spazio linguistico, il termine ambiente [dal lat. *ambiens -entis*, part. pres. di *ambire* «andare intorno, circondare»] è il campo semantico che circoscrive e interconnette gli elementi abiotici (litosfera, atmosfera, idrosfera, l'insieme dei fattori climatici, ecc.), le forme di vita (piante, animali, microrganismi, virus ecc.) e la socio-sfera in uno stesso ecosistema complesso e dinamico. Nella contemporaneità, come sappiamo, lo sviluppo della socio-sfera si è trasformato in un fattore di contaminazione e alterazione dei delicati equilibri del globo terracqueo.

Con la contaminazione antropica, l'ambiente è diventato il centro di rotazione di fenomeni politici, simbolici, economici, estetici e comunicativi in uno scenario da fine mondo. È in ragione di ciò che l'ambiente ha assunto i caratteri di un fatto sociale totale attorno al quale, come accade nell'economia circolare del dono analizzata da Mauss, ruota, a un tempo e di colpo, tutta la vita sociale in un clima emozionale di ansia generalizzata.

Uno stato di alterazione della coscienza collettiva motivato, con sempre più chiarezza, da fatti naturali concreti e devastanti: eventi estremi, cataclismi, processi di desertificazione, innalzamento dei mari, riduzione delle biodiversità, surriscaldamento climatico, inquinamento degli ecosistemi.

Il premio Nobel Paul J. Crutzen (2000) ha avuto il merito di catturare questi segnali di crisi nell'immagine paradigmatica dell'antropocene, l'era geologica iniziata nel XIX secolo prodotta da elementi artificiali scaturiti dal modello di sviluppo umano: la crescita esponenziale del tasso demografico; dall'estensione dell'urbanizzazione; dallo sfruttamento dei combustibili fossili; dalla concentrazione di gas serra emessi dagli allevamenti intensivi e dall'inquinamento industriale. Tuttavia, come giustamente sottolinea Jason W. More (2017), l'antropocene tende a colpevolizzare un'umanità indistinta da un lato, e a naturalizzare le cause storico-materiali ascrivendole all'istinto autodistruttivo dell'uomo dall'altro. A partire da questa critica, per More è più corretto parlare di Capitolocene attribuendo, dunque, la devastazione del pianeta al regime ecologico prodotto dalla dinamica del capitalismo.

Alla luce di queste riflessioni introduttive, si intuisce come l'ambiente – nel suo essere radicato nell'ordine del discorso, nel trasformarsi in un fatto sociale totale, nel generare un'atmosfera apocalittica planetaria, nell'essere irregimentato dalla logica materiale del capitalismo – avvolga qualcosa di più dell'autoevidenza dell'ordine naturale delle cose. Al di sotto della nozione naturalistica di ambiente esiste infatti una dimensione non naturale, un ordine interpretativo socialmente e storicamente determinato senza il quale non sarebbe possibile pensare l'ambiente come una totalità sistemica in crisi.

D'altronde, ogni ordine, secondo il filosofo Waldensfelts (cfr. 2006: 18), nasce dalla necessità dell'uomo di espellere l'insicurezza naturale, che promana dall'indeterminazione della sua identità biologica e istintuale, apponendo confini artificiali capaci di canalizzarne il comportamento. È un tema che Waldensfelts riprende a sua volta dall'antropologia filosofica gehleniana basata sull'assunto della



deficienza organica umana. Se le altre specie sono dotate di schemi percettivi e motori strettamente legati alla specializzazione delle loro forme corporee, l'uomo è una specie informe e immatura esposta, quindi, al caos delle stimolazioni sensorie e al disorientamento comportamentale (cfr. Gehlen 2016: 58-60). L'unico istinto sviluppato di cui dispone, per raggiungere un ordine salvifico utile a garantirgli la sopravvivenza, è quello di creare culturalmente una seconda natura (2010, 75-76).

Si determina così un legame vitale tra corpo e società, cultura e natura, mediato, come afferma Gehlen (2016: 34), da abitudini culturalmente istituite disposte in una scala comportamentale lungo la quale gli uomini, con il procedere della socializzazione, si esonerano dal disordine istintuale verso condotte sempre più sofisticate.

Pertanto, anche l'intorno ambientale è innanzitutto un ordine interpretativo del reale germogliato dalla nostra natura storico-sociale nel quale – per dirla attraverso i versi delle *Elegie Duinesi* di Rilke (1978: 49) – «non abbiamo mai dinanzi a noi, neanche per un giorno, lo spazio puro dove sbocciano i fiori a non finire». Ancor prima di delimitare la natura dove 'sbocciano i fiori a non finire, l'ambiente è dunque un campo di significazione del pensiero collettivo che, mai come oggi, struttura l'ecosistema simbolico-valoriale globale. Colto in questa prospettiva, l'apocalisse ambientale sottende un bacino semantico (Durand, 1996) di raccolta dell'immaginario contemporaneo da cui emergono sistemi etico-morali conflittuali, politiche nazionali ed internazionali, stili di vita, pratiche di consumo, forme comunicative ed estetiche, conoscenze scientifiche.

Muovendosi all'interno di questo quadro analitico, l'intento di queste pagine è di individuare nell'intreccio tra ambiente e immaginario una chiave di comprensione della crisi dell'essere-nel-mondo dell'uomo in quanto specie, società e individuo, un sistema triadico in cui ciascun termine – come ci ricorda Morin (2002: 32) – è mezzo e fine l'uno dell'altro.

Un tale intento non può che trovare il suo riferimento nel saggio *Ambienti animali e ambienti umani* del naturalista Jakob von Uexküll. Pubblicato nel 1934 (tr. it. 2010), il saggio ebbe il merito di fondare la nozione di ambiente rivoluzionando la visione scientifica della vita, una rivoluzione che influenzò ambiti disciplinari non strettamente legati alla biologia. Fino ad allora, infatti, le scienze davano per scontata l'esistenza di un universo comune a tutti gli organismi; un'idea che prolungava in ambito biologico il paradigma della fisica newtoniana basato sull'invarianza dello spaziotempo. Questo, com'è noto, fino all'esposizione della Teoria della relatività ristretta elaborata da Einstein nel 1905. Qualche decennio dopo, gli studi del naturalista estone determinano un'analoga transizione paradigmatica relativizzando la visione scientifica dell'universo della vita:

Troppo spesso ci culliamo nell'illusione che le relazioni intrattenute da un soggetto con le cose che costituiscono il suo ambiente si collochino nello stesso spazio e nello stesso tempo di quelle che intratteniamo noi con le cose che fanno parte del mondo umano. [...] Per questo motivo, possiamo rappresentarci tutti gli animali che vivono intorno a noi (coleotteri, farfalle, mosche, zanzare, libellule) come chiusi dentro una bolla di sapone che circoscrive il loro spazio visivo e che



contiene tutto quello che per loro è visibile. Ogni bolla ospita gli assi dimensionali dello spazio operativo (Uexküll, 2010: 55 e 74).

Uexküll, nei capitoli del suo saggio, mostra al lettore come le specie siano collocate in una propria bolla spaziotemporale che definisce con il termine tedesco di *Umwelt*, "ambiente" appunto. La natura è un ecosistema pluriversale costituito dall'intreccio di ambienti specifici, da sfere vitali ben delimitate entro le quali le specie percepiscono solo una parzialità del mondo: quella relativa alle caratteristiche delle loro forme organiche. È qui che incontriamo la nozione di "immagine", intesa come forma entro la quale ciascun animale ordina i dati percettivi filtrati dalla sua bolla ambientale, oltre la quale lo spazio naturale cessa di esistere, informando lo schema motorio mediante il quale agisce. Attraverso il circuito di funzione descritto da Uexküll, possiamo dunque definire l'immagine come quella forma che media, all'interno dell'ambiente animale, la relazione stimolo-risposta. In questa declinazione, l'immagine non è riferibile al mondo ingannevole delle ombre platoniche separato dal reale (Marzo, 2018). Serviamoci della finezza del pensiero di Simmel per cogliere il carattere vitale delle immagini:



Siamo convinti che tutte le rappresentazioni dell'essere sono funzioni di una particolare organizzazione fisico-psichica, che non la riflettono in ogni caso meccanicamente. Piuttosto, le immagini del mondo dell'insetto con i suoi occhi, dell'aquila la cui vista ha una acutezza che non ci possiamo immaginare, dell'anguilla delle grotte con i suoi occhi retratti, la nostra stessa immagine, così come le innumerevoli altre, devono essere profondamente diverse, per cui se ne conclude direttamente che nessuna di essa riproduce il contenuto extra-psichico delle cose nella sua vera e propria oggettività. E tuttavia, tali rappresentazioni, per quanto caratterizzate negativamente, sono sempre il presupposto, il materiale e la guida del nostro agire pratico in quanto con esso ci mettiamo in contatto con il mondo, così come esso sussiste in modo relativamente indipendente dalla nostra rappresentazione soggettivamente determinata (Simmel, 1984: 161-162).

Se il contenuto extra-psichico messo in forma dalle immagini dipende dalla particolare organizzazione psicofisica degli organismi, come scrive Simmel in affinità con il pensiero di Uexküll, esse le possiamo considerare l'estensione incorporea della loro corporeità; un'estensione che ha il potere di avvolgere percettivamente qualcosa e di riportarla nel mondo interiore dell'organismo che la produce. Questa forma di entità incorporea non è più la sostanza del corpo che le proietta nell'ambiente, e nemmeno la sostanza del mondo che avvolgono. L'immagine, come ci dice la radice etimologia [dal lat. *imago* (-*gñis*) = ombra, apparenza, rappresentazione, fantasma], è definibile come quella forma fantasmatica del reale che, in virtù della sua inconsistenza, attraversa il muro che separa le specie dalle cose presenti nei loro ambienti facendole risuonare in loro come oggetti sostanziali e carnali. La stimolazione è l'effetto di questa risonanza fantasmatica che ha il potere di far vibrare l'intero corpo organico e di predisporlo alla reazione. Anche l'animale *Homo*, ovviamente, è collocato in una propria bolla ambientale dischiusa dai suoi organi

percettivi e motori. Noi, ad esempio, siamo collocati in un nostro paesaggio sonoro che si estende dai 20 Hz ai 20 kHz. Non udiamo, pertanto, gli ultrasuoni emessi dai cetacei che, di fatto, permettono loro di orientarsi attraverso gli oceani. Gli occhi, a loro volta, si aggirano in un paesaggio visuale che occupa solo la parte centrale del campo elettromagnetico, quella della luce compresa tra gli ultravioletti e gli ultrarossi. Vi sono invece animali, come le farfalle e le api, provvisti di occhi sensibili alla luce ultravioletta; altri, come i serpenti, vedono le prede attraverso occhi sensibili agli infrarossi.

All'interno dell'ambiente umano, tuttavia, la circolazione fantasmatica delle immagini viene conformata in un modo differente da ciò che accade negli altri ambienti animali. Come ci dice sempre Uexküll (Ivi: 152-156) nell'*Umwelt* dell'uomo la vita delle immagini è mobile e formatrice di contenuti e schemi dell'agire estremamente differenziati. Prendiamo in considerazione ad esempio l'immagine paesaggistica. Essa non è l'evidenza della datità naturale che scorgiamo in un determinato campo sensoriale. Il paesaggio, invece, è l'esito di un complesso processo psichico che ha già inizio quando i nostri sensi ci immergono tra alberi, vallate, montagne, laghi, fiumi, coste, golfi, ecc. Questo sfondo ambientale non è ancora un paesaggio. Lo diventa quando facciamo apparire da esso una sua immagine-forma. Nei contorni di questa forma d'immagine paesaggistica, i fili delle continuità naturali vengono recisi per essere riannodati al nostro interno. L'ambiente naturale viene così ad essere trasfigurato diventando un dipinto della mente animato dal vento che accarezza le chiome degli alberi della montagna e che spinge contro di esse le nuvole, dalle onde che agitano il mare della baia o dal passaggio di qualche gabbiano in cielo; come ci dice Simmel: «dove effettivamente vediamo un paesaggio e non più una somma di singoli oggetti naturali, abbiamo un'opera d'arte nel suo nascere» (1985: 77).

Il paesaggio, pertanto, non è più la sostanza della natura che ci sta innanzi e né solo una proiezione creata dalla mente ma, così come si diceva, è un'immagine fantasmatica della natura. Seguendo la bellezza della sua apparizione estendiamo il nostro interno portandolo fuori da noi fino a toccare la natura e, allo stesso tempo, siamo toccati dalla natura facendola vibrare in noi una determinata tonalità emotiva (cfr. Bollnow, 2019).

Pertanto, l'immagine percettiva del paesaggio è implementata dall'ecosistema delle immagini della nostra mente dai contenuti tra loro variabili sotto forma ad esempio: di una veduta estetica da cui trarre un dipinto; di un luogo in cui addentrarci attraverso un'escursione; di uno spazio in cui progettare la costruzione di un complesso abitativo; o ancora, come nel caso di Simmel, in un oggetto d'interesse scientifico su cui scrivere.

Le ricerche condotte da Antonio Damasio nel campo neurologico hanno dato un contributo decisivo nella definizione dell'attività mentale come un continuo processo formativo di immagini (cfr. 1994: tr. it. 1995). La mente, per il neuroscienziato portoghese, è un *meta-sé neurale* capace di integrare corpo e cervello in un altrove immaginativo decentrato dalle immagini percettive (olfattive, tattili, visuali, uditive, gustative). Quest'ultime predispongono la base di stimolazione nervosa all'attività



formativa delle immagini prodotte dalla metacognizione umana, ovvero rappresentazioni svincolate da un legame referenziale alle cose all'immediatezza del reale (cfr. Damasio 1994: tr. it. 1995: 141 e 164). Grazie alla metacognizione, infatti, l'uomo si distanzia dallo schema animale stimolo-risposta entrando nel fuori tempo della sua vita mentale, il che gli consente di mobilitare il pensiero in direzioni molteplici: convergere per concentrarsi su qualcosa; elevarsi verso i piani dell'astrattezza matematica e filosofica; contemplare ciò che appare nel campo percettivo; perdersi in realtà fantastiche o inseguire orizzonti utopici; linearizzarsi in percorsi razionali per raggiungere un determinato scopo; rinchiudersi nel circolo vizioso delle ossessioni o espandersi in stati di gioia e piacere; cadere durante il sonno nel mondo onirico dei sogni governato da leggi che sfuggono alla vigilanza della coscienza.

Il processo creativo è la quintessenza delle dinamiche mentali. In questo caso, il pensiero traccia un movimento spiroidale. Nel pensiero creativo, è l'immagine poetica la matrice cognitiva-emozionale generativa di un movimento rotatorio che si distanzia, progressivamente, dall'intangibilità dell'universo mentale per esternalizzarsi in un oggetto di realtà caratterizzato dall'originalità: artefatti, invenzioni, scoperte scientifiche, opere estetiche, pratiche comportamentali, ecc.

A differenza della speculazione astratta e del puro fantasticare, la creatività è un'attività immaginativa in grado di fuoriuscire dalla dimensione ideativa per oggettivarsi – attraverso metodologie, codici espressivi, tecniche costruttive, pratiche corporee, strumenti – in prodotti originali. Ideazione e costruzione sono contenute, d'altronde, nella stessa radice etimologica della parola 'creatività'. Il termine, infatti, trova origine nella radice sanscrita *kar-* riconducibile al verbo "fare". Sempre in sanscrito, *kar-tr* è il creatore cioè "colui che fa dal nulla". Una simile consonanza di significato risuona anche nel termine greco *kaino* (produco), oltre che in *krantor* (il dominatore) e *kreion* (colui che fa), il cui significato è sempre quello di "produrre", "generare", "fabbricare" (Pianigiani 1937). Questo processo costruttivo era, inoltre, l'espressione dell'intelligenza attiva circoscritta nel termine *metis* distinto da quello di *nous* con cui, invece, si indicava l'intelligenza teorico-contemplativa (Curi 2013). La creatività, pertanto, è idea all'opera, una processualità cognitiva orientata a sostanzarsi in qualcosa tramite un determinato saper fare.

La creatività non è soltanto una facoltà mentale. Nella vita associata, la creatività degli individui si incanala nelle reti relazionali che costruiscono la mente sociale².



² Il concetto di "mente sociale" la riferiamo alle elaborazioni che ne hanno dato Émile Durkheim e Georg Simmel. Il sociologo francese la declina come quella *forma mentis* che è più della somma delle menti individuali, e dunque dotata di una coscienza collettiva *sui generis* così come afferma ne *La divisione del lavoro sociale*: «L'insieme delle credenze e dei sentimenti comuni alla media dei membri della stessa società forma un sistema determinato che ha una vita propria; possiamo chiamarlo coscienza collettiva o comune. Senza dubbio, essa non ha un substrato organico unico; essa è, per definizione, diffusa in tutta l'estensione della società, ma non per questo manca dei caratteri specifici che ne fanno una realtà distinta. Infatti, essa è indipendente dalle condizioni particolari nelle quali gli individui si trovano; questi passano, e quella resta» (1996, 101). Da parte sua, Simmel la definisce ne *La differenziazione sociale* come "psiche collettiva": Così come non si saprebbe dire dove sia il luogo delle leggi naturali, [...] non si può dare un nome al luogo di questa intangibile sostanza intersoggettiva che potrebbe essere designata come psiche

Così come la mente organica, anche l'attività mentale del sociale è un flusso immaginativo – espresso da rappresentazioni collettive, simboli, credenze, ideologie, conoscenze, linguaggi, ecc. – che dà vita e forma all'immaginario storico-culturale. Grazie alla vita sociale delle immagini, le stimolazioni nervose provenienti dal reale percepite dai componenti delle comunità umane confluiscono in un sistema interpretativo di senso comune composto da significati intrecciati tra loro. È in questa accezione che possiamo definire l'immaginario, riprendendo quanto si è detto altrove (Marzo 2019), come l'ambiente socio-antropologico entro il quale gli individui acquisiscono coscienza e significato degli accadimenti che li circondano, riconducendoli ad un sistema di senso comune. Quest'ambiente, avvolgendo la vita individuale come quella collettiva, ha inoltre la capacità di occultare il suo carattere di artificio mostrando, all'opposto, quel mondo in comune che quotidianamente chiamiamo 'realtà' tipizzato da province finite di significato (Berger & Luckmann, 2000; Schutz, 1971). Dislocandosi in queste province di significato, l'azione reciproca dà vita allo scambio sociale grazie al quale l'immaginario viene prodotto, plasmato, sedimentato, tramandato e anche trasformato. L'immaginario è, in sintesi, l'ambiente in cui circolano i significati magmatici della psiche collettiva che istituiscono la realtà sociale-storica (cfr. Castoriadis, 2022: 372-373).

L'intreccio tra immaginario e ambiente è dunque costitutivo della conditio umana come confermano le ricerche paleoantropologiche. Le prime tracce pervenute del *Mundus Imaginalis* (cfr. Corbin, 2005: 6) risalgono alla preistoria, da quando le comunità *sapiens* hanno cominciato a esternalizzare il loro ambiente mentale sulle pareti delle caverne sotto forma di mitogrammi (Leroi-Gourhan, 1964: 262), elementi grafici composti da simboli geometrici, figurazioni antropomorfe e animali. I più antichi mitogrammi mai trovati sono stati scoperti nella Grotta di Chauvet, situate tra le colline francesi dell'Ardèche. Queste forme di rappresentazione rupestre, create in un arco temporale compreso tra i trentunomila a quarantuno mila anni fa, segnano il salto evolutivo del pensiero psico-collettivo verso l'astrazione e il pensiero simbolico (cfr. Harari, 2011: tr. it. 2017: 37; Ferrara, 2021: 58). Anche le 6000 figure che affrescano le pareti delle Grotte di Lascaux sono l'esito del salto verso la dimensione immaginativa compiuto da una comunità umana vissuta 17.500 anni fa, descritto da Bataille come «il passaggio dalla bestia umana all'essere compiuto che noi siamo» (2014: 26). In questi siti angusti e pericolosi collocati nelle viscere della terra, abitati in quell'era climatica dagli orsi durante il letargo, gli uomini del paleolitico non cercavano un ripario naturale, bensì un luogo rituale in cui riunirsi per decentrarsi nell'immaginario della loro mente sociale, nelle strutture profonde del loro agire.

collettiva [...]. Essa avvolge tutti in ogni momento, ci fornisce il contenuto vitale nelle mutevoli combinazioni del quale consiste di solito l'individualità: ma non sappiamo indicare qualcuno da quale essa sarebbe scaturita, un solo uomo che essa non abbia trascorso, e anche quando crediamo di poter stabilire il contributo di singoli uomini, rimane sempre il problema se essi non abbiano ricevuto il loro elemento essenziale da quel patrimonio pubblico che in loro si è solo concentrato o ha assunto una forma originale (1982: 22-23).



E dunque, le Grotte di Chauvet e Lascaux sono ciò che resta di arcaici mondi virtuali – popolati da segni, divinità, esseri mostruosi, animali fantastici, oggetti rituali, racconti mitologici e cosmologie – in cui l'*Homo* si è estraniato diventando altro dall'animale.

De Martino, rimodulando l'esistenzialismo heideggeriano in chiave antropologica, coglie la condizione estatica prodotta dall'immaginario come l'effetto dell'*ethos* del trascendimento umano:

L'uomo è sempre *dentro* l'esistenza del trascendere, e nei modi distinti di questo trascendere, e solo *per entro l'oltrepassare valorizzante* l'esistenza umana si costituisce e si trova come presenza al mondo, esperisce situazioni e compiti, fonda l'ordine culturale, ne partecipa e lo modifica. [...] Quando l'universo rischia di *andare al di là*, significa che l'energia del trascendimento sta venendo meno. [...] Per combattere questo rischio la vita religiosa configura l'al di là orizzonte, cioè un piano socializzato per evocare, provocare e configurare l'al di là, e per riappropriarsi sotto forma di destini, di compiti, di valori positivi ciò che nella crisi sta soltanto come annientamento della presenza (De Martino, 2019: 186 e 214).

Gli immaginari magico-religiosi delle culture tradizionali, come quelle del Mezzogiorno d'Italia analizzate dalle ricerche etnografiche di De Martino, risolvevano la crisi della presenza attraverso forme mitico-rituali della fine del mondo che era vissuta come una periodica palingenesi cosmica o come un riscatto definitivo dei mali del mondo. La civiltà moderna, invece, declina il tema della fine all'interno di un universo simbolico-materiale che si risolve su un piano che, allo stesso tempo, è metastorico e mondano. È in ragione di ciò che l'immaginario dell'apocalisse ambientale si nutre di una narrazione metastorica che oggi è allineata "con la coscienza culturale egemonica" (Ivi: 355). L'essere nel mondo dell'uomo contemporaneo si trova, in tal modo, ad essere minacciato da un annientamento per cause naturali da un lato, e a ricadere nel realismo del regime ecologico del Capitolocene dall'altro.

Un realismo capitalista che usa l'immaginario dell'apocalisse ambientale, come vedremo nelle pagine successive, per ottenere ulteriore extra-profitto attraverso il nuovo ciclo di produzione e consumo etico-sostenibili della green economy.

2. Il Capitalismo e/è l'ambiente immaginativo

L'apocalisse ambientale, vissuta in prima persona soprattutto dai residenti nelle aree che più ne scontano gli effetti (Nakashima., Krupnik., Rubis, 2018; McMichael, et al, 2003) esperita nei discorsi scientifici e attraversata mediaticamente dalle narrazioni contenute in numerosi prodotti culturali (Barkemeyer, et. al., 2017) come specificato poco sopra, rappresenta un enorme bacino semantico (Durand, 1996) in cui sedimentano, germinano e attecchiscono pratiche discorsive, ordini di legittimazione, istanze politiche, costruzioni identitarie, visioni sul futuro e paure collettive.



L'immaginario sociale legato alla sensibilità ecologica, che pone come esito dell'impatto antropico sul pianeta un futuro apocalittico fatto di inondazioni, scioglimenti dei ghiacciai, inquinamento, siccità, desertificazione, ondate di calore, uragani ed eventi climatici estremi, sembra essere in grado di attecchire e produrre profondi mutamenti sociali in numerosi ambiti della vita associata.

Appare utile correlare la questione ai meccanismi di funzionamento del sistema economico dominante a livello globale. L'apocalisse scaturita dalla *crisi* climatica emerge in tutta la sua potenza immaginifica legandosi a doppio filo alle istanze capitalistiche e nutrendosi di un apparente paradosso.

Nel tentativo di tracciare e analizzare questo ambivalente legame non possiamo che riferirci al pensiero di Karl Marx e alle sue analisi sul sistema capitalistico, dovendo, per forza di cose, applicare delle semplificazioni.

Nel *Capitale* (Marx, 1894), sono presenti alcuni dei nodi concettuali più interessanti per la nostra analisi. In particolare Marx aveva compreso come il capitalismo e il suo sistema produttivo contenessero delle contraddizioni³ intrinseche che avrebbero condotto, con sempre maggiore frequenza, a delle crisi e al *superamento* del capitalismo stesso⁴ (*Aufheben*).

La prima delle contraddizioni da menzionare è la *caduta tendenziale del saggio di profitto* (Marx, 1894, tr.it: 2013), con cui il filosofo sottolineava l'inevitabile abbassamento dei profitti dei capitalisti a causa della competizione tra di essi.

Semplificando, per poter rimanere competitivo sul mercato il capitalista è costretto a investire sempre più *capitale costante* (macchinari e tecnologie per la produzione) a dispetto del *capitale variabile* (il salario dei proletari) che tuttavia, secondo Marx, rappresenta l'unica componente del capitale investito a generare effettivamente *plusvalore*. Questa contraddizione porterebbe ad un abbassamento costante del tasso (saggio) di profitto e a sempre più frequenti crisi produttive.

Il secondo elemento di contraddizione individuato è la *sovraproduzione*, che avviene quando la produzione di merci supera di gran lunga la domanda, generando una importante perdita nei profitti.

Va notato che Marx spiegava anche i momenti di risoluzione temporanea delle crisi come attimi fugaci ed effimeri che non facevano altro che riproporre i suoi stessi intrinseci problemi:

La produzione capitalistica tende incessantemente a superare questi suoi limiti immanenti, ma li supera solo con mezzi che le contrappongono di nuovo, e su scala più imponente, questi stessi limiti (ivi: 1804).

Il sistema capitalistico era quindi destinato a fallire a causa di paradossi e contraddizioni. Accanto allo sfruttamento della classe sociale dei proletari, vi è,

³ Il concetto è stato ulteriormente sviluppato da Harvey in *Diciassette contraddizioni e la fine del capitalismo* (2014).

⁴ Si nota in questo concetto la struttura del pensiero di Marx e la visione positivista del suo materialismo storico.



inoltre, un ulteriore e profondo livello di sfruttamento che riguarda *l'ambiente e la natura*, qui intesi alla luce dei chiarimenti esplicitati nel paragrafo precedente⁵.

Alcuni pensatori hanno individuato in Marx dei prodromi analitici per teorizzare un "eco-socialismo" (Saitō, 2023; Lewy, 2021) e per evidenziare lo sfruttamento della natura da parte del sistema capitalistico.

In una elaborazione poco ortodossa e decisamente innovativa Theodor Adorno e Max Horkheimer, nella loro volontà di far emergere il nucleo che struttura il corso della cultura occidentale (Adorno & Horkheimer, 1994; tr.it: 2010), avevano individuato nella sua razionalizzazione la causa della legittimazione del dominio sulla natura.

Questo dominio sulla natura, prima reso legittimo dall'epistemologia occidentale (Descola, 2005; tr.it: 2021) e poi concretizzato e accelerato dalla nascita e dalla diffusione del sistema capitalistico, inteso come il frutto dell'accostamento tra potentati economici, conoscenza tecno-scientifica e flussi monetari, ritorna, come uno spettro, nella dominazione che il sistema conoscitivo pone non soltanto sulla natura ma sul soggetto stesso. Scrive Franco Galli, nell'introduzione italiana di *Dialettica dell'Illuminismo* che:

[...] l'illuminismo si allontana dall'origine - dalla natura - senza allontanarsene veramente, anzi portandosela dentro come fatale opacità; la natura è sconfitta, eppure è vincitrice perché lo Spirito, che si presenta come soppressione della natura, sopprime naturalmente - nel proprio procedere, il soggetto e infine sé stesso. È questa la barbarie che fin dall'origine abita nell'illuminismo (Adorno e Horkheimer, 1994; tr.it: 2010: 12).

La crisi climatica può essere quindi intesa come la manifestazione pratica degli effetti della soppressione del soggetto menzionata dai pensatori della Scuola di Francoforte.

Essi si erano altresì accorti che la volontà dell'Illuminismo, inteso da loro come la tendenza razionalista occidentale, mettesse ai margini, nel suo discorso esplicito, il mito e l'irrazionale, fondandosi, in realtà, su una mitologia molto più complessa e ambigua, che fa esperire delle condizioni sociali come *naturali*.

Così l'illuminismo ricade nella mitologia da cui non ha mai saputo liberarsi. Poiché la mitologia aveva riprodotto come verità, nelle sue configurazioni, l'essenza dell'esistente (ciclo, destino, dominio del mondo), e abdicato alla speranza. Nella pregnanza dell'immagine mitica, come nella chiarezza della formula scientifica, è confermata l'eternità di ciò che è di fatto, e la brutta realtà è proclamata il significato che essa occlude (ivi: 34-35).

La sociologia dell'immaginario, interrogandosi sui livelli più profondi di significazione sociale e sui nuclei immaginativi da cui scaturiscono i processi di

⁵ Sul termine "natura" e sui processi di spiritualizzazione e re-incanto si veda *The Imaginaries of Nature and its Effects on Reality* (Camorrino, Marzo, 2020) (a cura di).



costruzione simbolica della realtà (cfr. Castoriadis, 1975: tr.it. 2022; Berger & Luckmann, 1966: tr.it. 2000) può fornire degli utili strumenti analitici per osservare le condizioni emotive, rappresentative e comunicative che fondano l'agire quotidiano.

Tracciato quindi il legame tra crisi climatica, immaginario ambientale e capitalismo resta da studiarne le caratteristiche contemporanee e le sue forme esperibili in pratiche di consumo, feticci e ordini simbolici.

Ci riferiamo, nello specifico, proprio a quelle "condizioni d'esistenza" di cui scrivevano Adorno e Horkheimer, imbrigliate e mistificate nelle pratiche di funzionamento del capitalismo contemporaneo che si trova a vivere un'ambigua situazione. Da un lato esso si presenta come la causa delle principali devastazioni climatiche (la crisi), dall'altro il suo sistema rappresentativo sembra in grado di inglobare alcune delle istanze ambientaliste, proponendo degli ordini materiali e simbolici "salvifici" (i mezzi per fuoriuscire, temporaneamente, dalla sua stessa crisi).

Un esempio diretto del primo caso si esplicita in UltimaGenerazione (collettivo di attivisti per il clima), che tenta di invertire la rotta dell'assetto economico nazionale chiedendo un vero e proprio Fondo di Riparazione da parte dello Stato, finanziato con una estrema tassazione delle persone più ricche. Direttamente dal sito web:

Perché un Fondo Riparazione?

Chiediamo un fondo preventivo e permanente di 20 miliardi di euro sempre pronti ad essere spesi per ripagare i danni da calamità ed eventi climatici estremi. Ovvero, vogliamo che tutte le persone che vedono le proprie strade, le proprie case, i propri raccolti devastati da alluvioni, grandinate, gelate fuori stagione, siccità anomala vengano ripagate di ciò che hanno perso immediatamente.

Vogliamo che questi soldi siano sempre presenti e pronti all'uso. Se cinque miliardi escono, cinque rientrano, entro un mese.

Vogliamo che siano istituiti processi partecipativi così le comunità affette da disastri climatici possano dire come vorrebbero vedere utilizzati gli aiuti economici dallo stato.

Vogliamo che ci siano processi rapidi e veloci per riparare i territori e non che i soldi vengano perduti nella macchina infernale della burocrazia italiana. Inoltre vogliamo che tali fondi vengano ottenuti livellando le ingiustizie sociali: extra-profitti delle industrie fossili, taglio totale dei sussidi pubblici ai combustibili fossili, taglio degli stipendi dei manager delle industrie energivore partecipate dallo stato, taglio degli stipendi della classe politica, taglio delle spese militari.⁶

Tra gli autori contemporanei che maggiormente hanno elaborato degli spunti teorici innovativi sul capitalismo vi è senza dubbio Mark Fisher, il quale aveva ben compreso i meccanismi con cui il capitalismo riesce a mantenersi nel tempo, nonostante le profonde disuguaglianze economiche prodotte.

Con il concetto di *Realismo Capitalista* (2009) tentò di spiegare l'incorporazione dei meccanismi di funzionamento del capitalismo, che non permette di pensare ad alternative, immobilizzando la collettività in un vero e proprio orizzonte cognitivo



⁶ <https://ultima-generazione.com/fondo-riparazione/>. Consultato il giorno 03.02.2024

univoco. Più che un sistema economico, esso è un *ambiente immaginativo* che si nutre di pratiche discorsive e istanze anche esplicitamente critiche su di esso:

I limiti del capitalismo non sono fissati per decreto, ma definiti (e ridefiniti) pragmaticamente, improvvisando (Fisher, 2007, tr.it. 2009: 33).

Fisher fissa questo concetto con l'emblematico periodo che recita "*è più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo*". Ebbene la fine del mondo l'abbiamo immaginata e molte persone, per certi versi, la stanno già vivendo.

Nonostante una componente non indifferente dei discorsi che costruiscono il senso comune espliciti la responsabilità diretta del capitalismo⁷ e del suo sistema industriale e produttivo, esso è comunque riuscito a inglobare, almeno parzialmente, una sezione di queste sensibilità, nei suoi risvolti più semplificati ed estetizzati. Non si tratta solamente di evidenziare le chiare pratiche di green washing delle multinazionali (Khorsand., Wang., Ryding., Vignali, 2023) ma, ad un livello più profondo, di comprendere come questa apparente ambivalenza finisca per nutrire il capitalismo stesso ed il suo senso più profondo.

Jean Baudrillard, nell'epocale saggio *Lo scambio simbolico e la morte* sembrava aver ben compreso questo meccanismo di rigenerazione simbolica del capitalismo che, nella contemporaneità, attecchisce semanticamente con ordini di legittimazione anche nella sue crisi ecologico/produttiva. Scriveva a tal proposito che:

Tutta la svolta ecologica degli ultimi anni aveva già introdotto questo processo di rigenerazione mediante la crisi - una crisi [...] d'involuzione del sistema e di riciclaggio della sua identità perduta. Crisi non più della "produzione", ma della "riproduzione" (dove l'impossibilità di capire cosa c'è, in questa crisi, di verità e di simulacro). L'ecologia è la produzione che si resuscita nello spettro della penuria, che ritrova una necessità naturale in cui rinvigorire la legge del valore (Baudrillard, 1976, tr.it: 2022: 47).

In particolare, è possibile osservare nell'esplicitazione dei contenuti a tema ambientalista un modo con cui il capitalismo stesso produce una mistificazione dei rapporti tra persone, in termini di struttura sociale, responsabilità e disuguaglianze.

Quel *soggetto* costruito dalla visione occidentale del mondo sembra subire ora un processo di responsabilizzazione che ipostatizza le dinamiche individuali nei processi rappresentativi e mistifica gli effetti dell'intero sistema economico dato che:

[...] trasformando il riciclo dei rifiuti in una responsabilità «di tutti», la struttura demanda le sue responsabilità ai consumatori, mentre a sua volta si ritira nell'invisibilità. Il soggetto che servirebbe - un soggetto collettivo - non esiste: ma la crisi ambientale, così come tutte le altre crisi globali che stiamo affrontando, richiede che venga costruito. E però l'appello all'intervento etico immediato [...] rinvia continuamente l'emergere di un tale soggetto (Fisher, 2007; tr.it 2009: 129-130).

⁷ Si fa riferimento alle rivendicazioni ambientaliste dei movimenti "più radicali" come Ultima Generazione.

Nella "trasfigurazione" dei valori contemporanei (Maffesoli, 2009), la sensibilità ecologica e, in generale tutte le costellazioni simboliche che si riferiscono alla natura e all'ambiente, offrono un fecondo *bacino semantico* con cui il capitalismo può entrare efficacemente in dialogo, permettendo la costruzione di miti che riguardano il superamento della crisi attraverso la transizione energetica (Crivello, 2015) la proliferazione di merci che inglobano il feticcio di una società green ed ecosostenibile e la produzione di un ordine economico che si ri-afferma nelle pratiche di consumo (Carmagnola e Ferraresi, 1999).

Nell'epoca dell'apocalisse ambientale e del suo carattere emergenziale, del capitalismo come ambiente immaginativo che ridefinisce continuamente i suoi confini e le sue pratiche discorsive, il consumo diviene una pratica di costruzione dell'identità personale (Bauman, 2008).

La consapevolezza sull'impatto ambientale del consumismo ha aperto la strada anche a pratiche critiche verso questi modelli esistenziali (cfr. Russo, Marelli, Angelini, 2022) ma anche a modi con cui i processi di responsabilizzazione hanno potuto attecchire nelle dinamiche della vita quotidiana. Gli scarti strutturali ed economici si traducono, sul piano quotidiano, nell'accesso alle merci *green ed ecosostenibili*, impattando sulle esistenze dei consumatori che, di conseguenza, si riuniscono in nicchie identitarie (cfr. Maffesoli, 2004), producendo tattiche di resistenza (De Certeau, 2010) e conflittualità.

Questo processo, riproducendosi nel concreto accesso ai beni ecosostenibili, crea un processo di de-responsabilizzazione nelle nicchie che possono acquistare tali prodotti e, di contro, colpevolizzazione e auto-biasimo in quei soggetti che, invece, non possono farlo.

Tale dinamica sembra essere funzionale alla logica riproduttiva del capitalismo e dei suoi centri simbolici dato che, imbrigliando le condizioni esistenziali delle persone, esso delegittima e allontana cognitivamente possibilità di pensare a pratiche di approvvigionamento "altre", al di fuori della logica del *consumo* e del rapporto di dominio con *l'ambiente*.

3. Il consumo etico come pratica di trascendimento della crisi umana e ambientale

La vocazione egemonica del Capitolocene costituisce l'unico orizzonte ontologicamente ammissibile, poiché ogni tipo di opposizione a questa pragmatica generale sarebbe considerata priva del benché minimo aggancio alla realtà. Pierre Dardot e Christian Laval (2013) parlano a tal proposito di "la nuova ragione del mondo" (p. i) per spiegare la genealogia del presente. All'interno di essa, le società occidentali costruiscono i loro immaginari come un assemblaggio di tratti e processi che si incardinano tra di loro e che inglobano i soggetti riconfigurati all'interno di un modello di impresa economica. Questo modello suppone che ogni individuo diventi un imprenditore di sé stesso. All'interno delle sofisticate ingegnerie di governance



contemporanee il soggetto imprenditore di sé stesso è eretto sulle pericolanti leve del rischio e dell'adattamento. L'uomo-impresa diventa quindi il corollario materiale di un'entità artificiale all'interno della quale si configura un immaginario della fine del mondo in cui il disastro ambientale coincide con il disastro della civiltà. Questa entità artificiale è curata e trattata come un paziente assai alterabile e del quale occorre monitorare e decodificare ogni espressione sintomale per preservarne la sua salvezza. In questo modo, i mercati pensano, dubitano, sono euforici, crollano, vanno incoraggiati e devono essere guidati verso la buona direzione con la messa in atto di situazioni che richiedono una sapiente semiologia guidata da un animus clinico.

Se i mercati sono accuditi da schiere di analisti e operatori, il soggetto imprenditore di sé stesso rappresenta una cavia per gli appetiti della pratica e della retorica manageriale di fine del mondo e del percorso per uscirne. Questo onnicomprensivo immaginario gestionale incorpora ogni aspetto del vissuto e detta epistemologie che spiegano come essere umano e ambiente devono funzionare e come l'Occidente deve espandersi. All'interno di questo quadro, migliorare le proprie prestazioni significa potenziare l'intero sistema. Ecco, quindi, la svolta umanistica del management contemporaneo che vuole attingere a quei saperi tradizionalmente emarginati dal management "scientifico". Filosofia, letteratura, religione offrono le risorse motivazionali per creare grandi narrazioni in cui assorbire il desiderio di creare sé stessi come persone responsabili delle crisi e dei loro trascendimenti che si esprimono all'interno di grandi narrazioni in cui i piani metastorici e mondani si sormontano e si confondono. In questo orizzonte valoriale il vero uomo-impresa, leader di sé stesso, deve rimanere fedele ad alcuni principi non negoziabili (come ridurre le emissioni di CO₂, praticare in tutti gli aspetti della vita quotidiana principi etici e sostenibili). Tuttavia, il valore supremo da coltivare è quell'oggettività che gli consente di adattarsi ad ogni fenomeno senza perdere di vista i principi fondanti del nuovo ordine del mondo.

All'interno di questo scenario, esistono mercati e beni di consumo che hanno dovuto trovare, con l'aiuto di autorevoli narrazioni globali, una sistemazione semantica. Tra questi rientra il settore dei beni di lusso il cui emblema è rappresentato, nell'immaginario comune, dal diamante. Al fine di fornire un risvolto empirico alle nostre discussioni teoriche, esaminiamo gli aspetti socio-culturali che intrecciano questo tipo di consumi a discorsi e pratiche etiche e sostenibili.

Prendiamo quindi in esame uno studio che riguarda, nello specifico, il settore dei diamanti canadesi che si sono distinti, nel mercato internazionale, grazie ad una certificazione di eticità che rassicura i consumatori garantendo l'applicazione di protocolli di sicurezza nei confronti dei lavoratori in miniera, delle popolazioni indigene (nei cui territori sono state aperte le miniere diamantifere) e la tutela dell'ambiente. Analizziamo quindi come la costruzione di uno "storytelling sui diamanti" determini aspetti nella realtà in cui la sovrapposizione di piani materiali e metastorici consenta di concretizzare un ethos del trascendimento che permetta di andare oltre la crisi umana ed ambientale attuali.

Alla fine degli anni Novanta, attivisti e media iniziarono a discutere su come le risorse naturali potessero diventare una fonte di finanziamento delle guerre



contemporanee (Le Billon, 2006). Tra queste materie prime, i diamanti furono, in particolare, oggetto di un grande dibattito. Nel 1999, la campagna Fatal Transactions introdusse i termini "African conflict diamonds" e "African terrorist diamonds" per trasmettere il messaggio che acquistare diamanti significava uccidere civili appartenenti a gruppi socioeconomici svantaggiati (D'Angelo, 2019). Queste informazioni attribuivano la colpa al capitalismo e alla sua complicità in questi traffici illegali. Pertanto, era responsabilità dei consumatori anticipare tali eventi per non essere etichettati come "consumatori terroristi" (Le Billon, 2006). I diamanti iniziarono quindi ad avere un ruolo nell'influenzare l'orientamento dei consumatori verso le aziende che affermavano di assumere una posizione sostenibile ed etica a lungo termine in relazione agli impatti ambientali e riguardo al trattamento dei gruppi sociali ed economici sfavoriti (Baek, 2010).

Di fronte alla minaccia di perdite finanziarie dovute ai boicottaggi internazionali, l'industria dei diamanti dovette riconoscere il ruolo del commercio delle pietre come fonte di finanziamento dei conflitti. Per evitare l'ulteriore estensione dei boicottaggi, molte multinazionali aderirono a forme di certificazione per limitare il mercato illecito di diamanti. All'interno di questo contesto, le scelte etiche e sostenibili possono essere considerate degli adattamenti morali (Bryant, Goodman 2004) dei consumatori che si allineano a decisioni di acquisto guidate da strategie di marketing capaci sia di collegare determinati prodotti a un'immagine di politica progressista (Banet- Weiser 2012), sia di far percepire i consumatori come boicottatori di sistemi commerciali globali che contribuiscono ad incrementare le ingiustizie sociali e a danneggiare l'ambiente. Questa forma di mercificazione espansiva ha assunto, nei confronti dei soggetti, una specifica forma di contrattualizzazione volontaria che dà, come spiegano Laval e Dardot (2013), la bizzarra illusione che in questo contratto ci sia sempre qualcosa in più che del semplice contratto e che ci sia dietro alla libertà soggettiva qualcosa di diverso dalla libertà soggettiva.

Per quanto riguarda il settore dei diamanti, grazie all'impatto economico positivo dell'industria dei diamanti nei Northwest Territories (NWT) in Canada, dall'inizio degli anni 2000, il governo dei NWT etichetta le pietre estratte nella regione come diamanti etici. In questo modo, il Canada viene pubblicizzato a livello internazionale come l'esportatore di diamanti estratti in assoluta legalità poiché, essendo una nazione esente da guerre civili, non esistono collegamenti tra l'industria mineraria e conflitti. Nello specifico, i diamanti estratti nei NWT hanno una certificazione di eticità, un'incisione al laser sul diamante di una foglia d'acero, simbolo del Canada, e un codice alfanumerico che traccia, attraverso la tecnologia blockchain, il viaggio della pietra dal luogo di estrazione al luogo di vendita. La certificazione dei diamanti canadesi e la possibilità di tracciarli supportano una crescente ideologia di espansione di nuove frontiere minerarie che si impegnano in pratiche commerciali etiche nei settori della gioielleria e dell'elettronica (Schlosser, 2013). Il sistema di tracciabilità e di certificazione dei diamanti è, inoltre, supportato da una narrazione basata su una configurazione ontologica binaria che contrappone i diamanti etici canadesi ai diamanti insanguinati africani (Armano, Joy 2021) e che eleva, invocando una governance mineraria trasparente attraverso l'uso della tracciabilità digitale e



della certificazione etica, le miniere canadesi come “miniere modello” (Calvão et al. 2021).

Dal punto di vista empirico, questo studio prende le mosse da una ricerca etnografica effettuata tra luglio 2020 e settembre 2022 all'interno di due gioiellerie italiane che vendono diamanti canadesi certificati etici. Basandosi su una ricerca sul campo, possiamo mostrare, in una realtà sociale e culturale specifica, come si delinea un ethos del trascendimento attraverso pratiche di consumo etiche. In questo modo possiamo vedere che i gioiellieri e i loro clienti incorporano modelli di educazione dello spirito grazie a cui diventano individui calcolatori ed efficienti. Essi assumono il ruolo di veri e propri “venditori etici attivisti” e “consumatori etici attivisti” (Armano, Joy, 2022a) poiché dichiarano la loro intenzione di impegnarsi in comportamenti di boicottaggio attraverso le loro scelte di vendita e acquisto di gioielli e forme di razionalizzazione etiche del desiderio di possedere un bene di lusso. All'interno di questo “spazio autentico” (Banet- Weiser, 2012) in cui orizzonti metastorici e mondani di mescolano, avviene una destorificazione del negativo (De Martino 2008) che consente alle persone di argomentare come i diamanti estratti in Canada consentano di pensare che le loro vendite e i loro acquisti servano a ridurre le pratiche socioeconomiche illecite legate al commercio dei diamanti, a tutelare i lavoratori in miniera, a contribuire a proteggere popolazioni economicamente povere e a salvaguardare l'ambiente.

La prima gioielleria etica italiana è stata la Gioielleria Belloni a Milano. Il negozio ha una lunga storia che risale al 1926 quando Francesco Belloni, nonno dell'attuale titolare che porta lo stesso nome, decise di aprire un piccolo laboratorio nel centro della città per riparare orologi e gioielli. Dopo tre generazioni, il negozio è oggi nelle mani di Francesco Belloni che, nel 2002, ha iniziato a promuovere campagne di beneficenza nel suo negozio in collaborazione con associazioni che aiutavano i malati di cancro attraverso la vendita di gioielli. Nel 2003, Francesco voleva fare una donazione a Survival International⁸ (un'organizzazione fondata nel 1969 le cui campagne sostengono i diritti umani nei paesi in via di sviluppo). L'organizzazione rifiutò però la sua offerta poiché la donazione arrivava dalla vendita di diamanti. Il gruppo boicottava da anni la Diamond Trading Company e la De Beers in Botswana in quanto le compagnie minerarie avevano sottratto terreni ai Boscimani per aprire miniere di diamanti. Agli inizi degli anni 2000, il gioielliere vendeva solo diamanti africani, ma Survival International gli offrì l'alternativa dei diamanti canadesi estratti nelle miniere di Ekati e Diavik nei NWT. La Gioielleria Belloni iniziò così, dal 2005, a vendere diamanti etici canadesi anche in Italia. Dal 2010, Francesco è anche fornitore di diamanti estratti in Canada per altre gioiellerie in Italia e in Europa. Il suo primo cliente come grossista è stata la gioielleria Righi di Bologna, il cui proprietario, Simone, è rivenditore e designer di gioielli. La motivazione del titolare della gioielleria Righi a offrire diamanti etici canadesi ai clienti proviene dai suoi valori e abitudini personali (è obiettore di coscienza all'uso delle armi e volontario in associazioni che



⁸ <https://www.survivalinternational.org>

aiutano i poveri della sua città). Per tale motivo, egli boicotta la vendita dei diamanti insanguinati.

Attraverso queste due gioiellerie, si sta creando in Italia una sub-cultura di venditori e consumatori attivisti basata su ideali comuni rappresentati da modalità di vendita e acquisto di gioielli etici. Per mettere in luce come venditori e consumatori interpretavano i diamanti canadesi, in questo studio è stato indispensabile capire anche come le persone comprendevano culturalmente i cosiddetti diamanti insanguinati estratti in Africa.

Tutti gli intervistati concepivano il concetto di "eticità" come sinonimo di rispetto verso gli altri e l'ambiente nella vita di tutti i giorni. I comportamenti che non coincidevano con questo atteggiamento dovevano, secondo gli interlocutori, essere modificati al fine di raggiungere un'etica ideale. Sulla base di questa categorizzazione, l'eticità era caratterizzata, per i venditori e i consumatori, da alcuni tratti essenziali e molto chiari che la accostavano ad un rispetto concepito come scopo di vita. Inoltre, la scelta di vendere e comprare diamanti dipendeva molto spesso dal fatto che determinate tecnologie minerarie fossero concettualmente approvate o meno. Nello specifico, i gioiellieri e i consumatori non approvavano le tecniche minerarie non industrializzate (che caratterizzano, per esempio, le miniere artigianali o di piccola scala) poiché le percepivano come forme abusive di scavo.

Tuttavia, questa percezione non si basava su una conoscenza tecnica dettagliata dei metodi minerari, quanto piuttosto sulla loro rappresentazione stereotipata del lavoro in miniera. È interessante notare che entrambe le percezioni dei metodi minerari erano legate agli impatti ambientali che queste modalità estrattive causano e al modo in cui è organizzato il lavoro in miniera. L'approvazione di particolari tecniche minerarie dipendeva, per gli informatori, da tre componenti: (1) la salute e la sicurezza dei minatori e delle comunità che vivono vicino alle miniere; (2) gli impatti che le miniere hanno sul suolo; e (3) l'impatto che le miniere hanno sull'acqua. All'interno di queste categorizzazioni, la tutela delle persone emergeva, per gli interlocutori, in modo più ridondante rispetto alle altre. Infatti, alla domanda su come concepissero le miniere canadesi, gli intervistati immaginavano per lo più l'applicazione di norme attente a tutelare i lavoratori sul posto di lavoro, caratteristica che, secondo le risposte fornite, differenzerebbe le miniere canadesi da quelle africane (Armano, Joy, 2022a).

I diamanti estratti in Canada rappresentano un prodotto di nicchia in Italia. In un certo senso quindi, i gioiellieri potevano enfatizzare una retorica etica che distingueva chiaramente i diamanti canadesi dai diamanti estratti in altre parti del mondo. Inoltre, il fatto di contrapporre costantemente, durante le conversazioni informali tra venditori e clienti nelle gioiellerie, i diamanti canadesi con i diamanti estratti in Africa, alimentava, all'interno della loro narrazione, un panorama geopolitico globale in relazione all'estrazione e al commercio dei diamanti. Pertanto, se nei siti estrattivi canadesi si garantisce l'applicazione di norme attente alle persone e all'ambiente, la retorica sui diamanti estratti in Canada creava tentativi di stabilire collegamenti diretti tra le miniere africane e i luoghi economicamente poveri ma ricchi di risorse naturali, nonché immaginari stereotipati dell'Africa come sinonimo di



violenza e primitivismo (D'Angelo, 2019). In questi paesi classificati economicamente poveri (come alcuni paesi africani e sudamericani) in cui sono presenti miniere artigianali e di piccola scala, i diamanti estratti rischiavano, secondo gli interlocutori, di essere utilizzati come fonti di finanziamento dei conflitti armati (Lacey et al., 2019).

L'interesse dei clienti nell'ascoltare racconti sui diamanti etici si collegava alla bassa conoscenza preliminare dei diamanti, così come delle miniere canadesi e africane, costruita sommariamente soprattutto attraverso la lettura di report online e la visione di film che raccontano le condizioni di lavoro in varie miniere. Durante le interviste, nonostante i tentativi di costruire rappresentazioni stereotipate, i clienti ammettevano infatti che la loro scelta d'acquisto dipendeva quasi unicamente da una fiducia incondizionata in ciò che i gioiellieri raccontavano loro nei punti vendita. I clienti che acquistavano i diamanti canadesi dichiaravano inoltre un timore iniziale di fare una scelta d'acquisto sbagliata che veniva però subito rassicurata dalla narrazione dei gioiellieri. In tal senso è quindi possibile considerare lo storytelling sui diamanti come intriso di un'agency e capace di costruire uno spazio sia materiale che simbolico in cui può esprimersi un ethos del trascendimento.

Tutti gli intervistati paragonavano la vendita e l'acquisto dei diamanti canadesi a un tentativo personale di contribuire a mitigare i numerosi danni causati dallo sfruttamento capitalista e finanziario senza scrupoli che colpisce sia l'ambiente che i gruppi socioeconomici svantaggiati distribuiti in varie parti del mondo. Facendo riferimento a Ernesto De Martino (2008) possiamo categorizzare i danni ambientali e sociali all'interno di ciò che egli chiama il "negativo dell'esistenza" (De Martino 2008). In accordo con lo studioso, qualunque società supera la crisi della presenza solo quando riesce ad andare oltre una situazione dannosa. In questa analisi, tuttavia, l'argomentazione dei gioiellieri e dai consumatori etici raffigurava una crisi onnipresente e radicata in ogni aspetto della vita e delle relazioni. In tal senso quindi, il diamante etico canadese diventava per loro uno strumento fondamentale per smascherare forme dannose di pratiche capitaliste. In questo "universo allarmante" (Banet-Weiser, 2012: 3) il rapporto tra venditori e consumatori etici attivisti con il prodotto di lusso è possibile e si rinforza solo all'interno di una cultura consumistica.

Nota Banet-Weiser come il 21° secolo sia caratterizzato da una fame di tutto ciò che consente alle persone di percepirsi come autentiche, in opposizione alle azioni del capitalismo che è giudicato sfruttatore e quindi inautentico. Seguire un comportamento etico significava quindi, per i gioiellieri e i consumatori, essere autentici nella misura in cui ci si prende cura dell'umanità svantaggiata e dell'ambiente.

Riprendendo il concetto di "spazio autentico" di Banet-Weiser (2012), si può quindi sostenere che all'interno delle due gioiellerie si creava un contesto in cui venivano co-costruite categorie socio-culturali che classificavano e determinavano i ruoli di tutti i soggetti legati al commercio dei diamanti che includevano idealmente non solo i consumatori e i venditori, ma anche ma anche i minatori canadesi e africani. Nello "spazio autentico" del retail sorgevano domande su come i consumatori avrebbero dovuto comportarsi e come i minatori avrebbero dovuto lavorare, nonché su come attuare strategie per porre rimedio allo sfruttamento dei gruppi umani nei paesi



poveri attraverso decisioni di acquisto. In questo panorama era netta la distinzione tra l'Occidente e "l'altro" dove il primo, oltre ad essere l'autore dei danni, veniva rappresentato anche come colui che avrebbe potuto determinare un cambiamento della situazione da esso stesso causata. Nello specifico, l'incontro con "l'altro" avveniva attraverso il diamante etico canadese che creava la percezione per i gioiellieri e i consumatori di esprimere un'autentica eticità. Ciononostante, in accordo con Banet-Weiser (2012), l'autenticità costituisce ancora una volta un valore di marca in quanto si esprime, in Occidente, all'interno di una cultura del brand. Infatti, con il concetto di "cultura del marchio", la studiosa afferma che marketing, prodotti e cittadini siano oggi così strettamente correlati che la cultura del marchio fa da sfondo alla vita quotidiana e struttura l'identità individuale così come le relazioni sociali.

Il racconto dei diamanti etici canadesi, durante l'acquisto del gioiello, era intriso di emotività grazie alla spiegazione di azioni di beneficenza, nonché alla narrazione di comportamenti attenti verso gli altri e l'attenzione all'utilizzo, all'interno delle gioiellerie Belloni e Righi, di fonti rinnovabili. Tutti questi aspetti, uniti al trasporto emotivo-narrativo dei gioiellieri, si relazionavano tra loro all'interno dello "spazio autentico" delle gioiellerie in cui i clienti familiarizzavano con il prodotto e si lasciavano guidare dai venditori verso la loro scelta di acquisto etico. Grazie alla compravendita dei diamanti canadesi si realizza così, negli animi di venditori e gioiellieri, una sorta di esorcismo collettivo in cui era rappresentata una lotta tra il bene e il male. In questo orizzonte mitico-valoriale comune che consentiva di affrontare il negativo, si tentava quindi di trovare una soluzione alla crisi causata dalla violazione dei diritti umani determinata dall'Occidente. L'obiettivo comune era quindi destoricizzare il negativo (De Martino, 2008) astruendo mentalmente il dato esistenziale che aveva causato la crisi (ad esempio, la violazione dei diritti umani) dal contesto storico-culturale all'interno del quale tale danno era stato vissuto. Nello "spazio autentico" delle gioiellerie la risoluzione della crisi avveniva attraverso l'uso di ideali etici che fornivano un chiaro orientamento ai venditori e ai consumatori durante la compravendita come se quest'ultima fosse un contesto mitico-rituale in cui il valore dell'eticità guidava verso una soluzione del danno. In questo contesto, il racconto del diamante etico canadese consentiva quindi "un'improvvisa presa di coscienza di un chiaro sapere" (De Martino, 2008: 21) in cui l'ethos del trascendimento consentiva di trovare una via d'uscita, un padroneggiamento e una risoluzione della crisi.



Bibliography

Adorno T., Horkheimer M. (1944), *Dialettica dell'Illuminismo*, Torino: Einaudi, Torino, 2010.

Armano L., Joy A. (2021). *Encoding Values and Practices in Ethical Jewellery Purchasing: A Case History of Italian Ethical Luxury Consumption*. In Gardetti, Miguel Angel and Coste-Manière Ivan. (eds.), *Sustainable Luxury and Jewellery*. Springer, Singapore: 1-20.

Armano L., Joy A. (2022a) *Seller and Consumer Activists in the World of Canadian Diamonds: A Case of Italian Political Consumerism*. In Joy A. (ed.), *The Future of Luxury Brands*. *De Gruyter*, Berlin: 155-168.

Baek Y. M. (2010). To Buy or Not to Buy: Who are Political Consumers? What do they Think and How Do they Participate?. *Political Studies* 58: pp. 1065–1086.

Banet-Weiser S. (2012). *Authentic™ the Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. University Press, New York.

Barkemeyer R., Figge F., Hoepner A., Holt D., Kraak, J. M. and Yu, P. S. (2017), "Media coverage of climate change: an international comparison". *Environment and Planning C: Politics and Space*, 35 (6). pp. 1029-1054. ISSN 2399-6544 doi: <https://doi.org/10.1177/0263774X16680818>.

Bataille G. (1955), *Lascaux. La nascita dell'arte*, Abscondita, Milano 2014.

Baudrillard J. (1976), *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano, 2022.

Bauman Z. (2008), *Consumo dunque sono*, Roma-Bari, LaTerza.

Berger P. L., Luckmann T. (1966), *La realtà come costruzione sociale*, il Mulino, Bologna, 2000.

Bollnow O. F. (1941), *Le tonalità emotive*, Casa Editrice Vita e Pensiero, Milano, 2019.

Bryant, R. L., Goodman M. K. (2004). Consuming narratives: The political ecology of "alternative" consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers* 29: 344–366.



Linda Armano, Francesco Barbalace, Pier Luca Marzo
La capitalizzazione dell'apocalisse ambientale

Calvão F., McDonald C. E., Bolay M. (2021). Cobalt mining and the corporate outsourcing of responsibility in the Democratic Republic of Congo. *The Extractive Industries and Society* 8(4): 1-10.

Camorrino A., Marzo P.L. (2020), (a cura di), *The Imaginaries of Nature and its Effects on Reality*, Im@go. A Journal of The Social Imaginary n. 15, Milano-Udine: Mimesis, https://cab.unime.it/journals/index.php/IMAGO/issue/viewIssue/223/pdf_17.

Carmagnola F., Ferraresi M. (1999), *Merci di Culto*, Roma, Castelvecchi Editore.

Castoriadis C. (1975), *L'istituzione immaginaria della società*, Mimesis, Milano, 2022.

Corbin H. (1958), *L'immaginazione creatrice*, Laterza, Roma-Bari, 2005.

Crivello S. (2015), "Le città nella transizione energetica: per una sociologia delle post-carbon cities", in *Rassegna Italiana di Sociologia, Rivista trimestrale fondata da Camillo Pellizzi*, 2/2015, pp. 289-314, doi: 10.1423/80886.

Crutzen P. J., Stoermer E. F. (2000), *The Anthropocene*, Global Change News Letters.

Curi U., *Creare significa "fare". Alle radici di un antico attributo divino e umano*, in "Corriere della Sera" - 30 Agosto 2013.

D'Angelo L. (2019). *Diamonds. Mining practices and stereotypes in Sierra Leone*. Meltemi, Milan.

Damasio A. R. (1994), *L'errore di Cartesio. Emozione, ragione e cervello umano*, Adelphi, Milano, 1995.

Dardot P., Laval C. (2013). *La nuova ragione del mondo. Critica della razionalità neoliberista..* Derive Approdi, Roma.

De Martino E. (2008). *La fine del mondo. Contributo all'analisi delle Apocalissi Culturali*. Einaudi, Torino.

De Certau M. (2010), *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma.



Linda Armano, Francesco Barbalace, Pier Luca Marzo
La capitalizzazione dell'apocalisse ambientale

De Martino E. (1977), *La fine del mondo*, Einaudi, Torino, 2019.

Descola P. (2005), *Oltre natura e cultura*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2001.

Durand G. (1994), *L'immaginario*, Red Edizioni, Como 1996.

Durkheim É. (1893), *La divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano 1996.

Ferrara S., *Il salto. Segni, figure, parole: viaggio all'origine dell'immaginazione*, Feltrinelli, Bologna, 2021.

Fisher M. (2007), *Realismo Capitalismo*, Roma: Produzioni Nero, 2009.

Gehlen A. (1940), *L'uomo. La sua natura e il suo posto nel mondo*, Mimesis, Milano 2010.

Gehlen A. (1956), *L'uomo delle origini e la tarda cultura*, Mimesis, Milano 2016.

Harari Y. N. (2011), *Sapiens. Da animali a dèi*, Bompiani, Milano 2014.

Harvey D. (2014), *Diciassette contraddizioni e la fine del capitalismo*, Milano, Feltrinelli.

Khorsand D.B., Wang, X., Ryding, D., Vignali, G. (2023). "Greenwashing in the Fashion Industry: Definitions, Consequences, and the Role of Digital Technologies" in Enabling Consumers to Spot Greenwashing. In: Brandstrup, M., Dana, LP., Ryding, D., Vignali, G., Caratù, M. (eds) *The Garment Economy*. Springer Texts in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-33302-6_6.

Lacey J. Malakar Y., McCrea R., Moffat K. (2019). Public perceptions of established and emerging mining technologies in Australia. *Resources Policy* 62: 125–135.

Le Billon P. (2006). "Fatal Transactions: Conflict Diamonds and the (Anti)Terrorist Consumer." *Antipode* 38(4): pp. 778–801.

Leroi-Gourhan A. (1945), *Le geste et la parole* (vol. I), Éditions Albin Michel, Paris 1964.

Lowy M. (2021), *Ecosocialismo. Una alternativa radicale alla catastrofe capitalista*, Verona, Ombre Corte.



Linda Armano, Francesco Barbalace, Pier Luca Marzo
La capitalizzazione dell'apocalisse ambientale

Maffesoli M., (2009), *La Trasfigurazione del politico*, Milano, Bevivino editore.

Maffesoli M. (2004), *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo*, Milano, Guerini.

Marx K. (1894), *Il Capitale*, Torino, UTET, 2012.

Marzo P. L., (2019), *La natura immaginaria del sociale*, in Marzo P. L./Mori L. (a cura di),
Le vie sociali dell'immaginario, Mimesis.

McMichael A. J. [et al.], (eds), (2003), *Climate change and human health. Risks and Responses*, Geneva: World Health Organization.

More J. W., (2017), *Capitocene*, Verona, Ombre Corte.

Morin E. (2001), *Il metodo 5. L'identità umana*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2002.

Nakashima, D., Krupnik I., Rubis J.T., (eds), (2018), *Indigenous knowledge for climate change assessment and adaptation*, France, Unesco.

Pianigiani O., (1937), *Vocabolario etimologico della lingua italiana*, Milano, Sonzogno.

Rilke R. M. (1923), *Elegie duinesi*, Einaudi, Torino, 1978.

Russo V., Marelli S., Angelini A. (a cura di), (2022), *Consumo critico, alimentazione e comunicazione. Valori e comportamenti per un consumo sostenibile*, Milano, Franco Angeli.

Saitō K. (2023), *L'ecosocialismo di Karl Marx*, Roma, Castelvecchi Editore.

Schlosser K. (2013). "Regimes of Ethical Value? Landscape, Race, and Representation in the Canadian Diamond Industry" in *Antipode*, 45(1): 161-179.

Schutz A. (1971), *Don Chisciotte e il problema della realtà*, Armando Editore, Roma, 1995.

Simmel G. (1890), *La differenziazione sociale*, Laterza, Roma-Bari 1982.



Linda Armano, Francesco Barbalace, Pier Luca Marzo
La capitalizzazione dell'apocalisse ambientale

Simmel G. (1897), *Estetica sociologica*, in Carnevali B.-Pinotti A. (a cura di), *Stile moderno. Saggi di estetica sociale*, Einaudi, Torino, 2020.

Uexküll, J. (1934), *Ambienti animali e ambienti umani. Una passeggiata in mondi sconosciuti e invisibili*, Quodlibet, Macerata, 2010.

Waldensfelts B. (2002), *Fenomenologia dell'estraneo*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2008.

