CARTOGRAFIE SOCIALI
Rivista di sociologia e scienze umane
Anno IV, n. 8, novembre 2019

Direzione scientifica
Lucio d'Alessandro e Antonello Petrillo

Direttore responsabile
Arturo Lando

Redazione
Elena Cennini, Anna D'Ascenzio, Marco De Biase, Giuseppina Della Sala, Eugenio Galioto, Emilio Gardini, Fabrizio Greco, Luca Manunza

Comitato di redazione
Marco Armiero (KTH Royal Institute of Technology, Stockholm), Tugba Basaran (Kent University), Nick Dines (Middlesex University of London), Stefania Ferraro (Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Napoli), Marcello Maneri (Università di Milano Bicocca), Önder Özhan (Università di Ankara), Domenico Perrotta (Università di Bergamo), Federico Rahola (Università di Genova), Pietro Saitta (Università di Messina), Anna Simone (Università Roma Tre), Ciro Tarantino (Università della Calabria)

Comitato scientifico
Fabienne Brion (Université Catholique de Louvain -la-Neuve), Alessandro Dal Lago (Università di Genova), Davide De Sanctis (Università degli Studi Federico II - Napoli), Didier Fassin (Institute for Advanced Study School of Social Science, Princeton), Fernando Gil Villa (Universidad de Salamanca), Akhil Gupta (University of California), Michalis Lianos (Université de Rouen), Marco Martiniello (University of Liège), Laurent Mucchielli (CNRS - Centre national de la recherche scientifique), Salvatore Palidda (Università di Genova), Michel Peraldi (CADIS - Centre d'analyse et d'intervention sociologiques), Andrea Rea (Université libre de Bruxelles)

"Cartografie sociali" is a peer reviewed journal

TRA POTERE E SAPERE: STUDI CRITICI SULLA VALUTAZIONE

A cura di Davide Borrelli e Diego Giannone

MIMESIS

SUOR ORSOLA UNIVERSITY PRESS

Pubblicazione semestrale: abbonamento annuale (due numeri): € 45,00

Per gli ordini e gli abbonamenti rivolgersi a:
ordini@mimesisedizioni.it
L'acquisto avviene per bonifico intestato a:
MIM Edizioni Srl, Via Monfalcone 17/19
20099 - Sesto San Giovanni (MI)
Unicredit Banca - Milano
IBAN: IT 59 B 02008 01634 000101289368
BIC/SWIFT: UNCRITM1234

Cartografie sociali è una rivista promossa da URiT, Unità di Ricerca sulle Topografie sociali.

Direzione e Redazione della rivista hanno sede
presso l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa
Via Suor Orsola 10 - 80132 Napoli (Italy)
www.unisob.na.it
cartografiesociali@unisob.na.it
cartografiesociali.rivista@gmail.com

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA
FACOLTÀ DI
SCIENZE
DELLA FORMAZIONE



MIMESIS EDIZIONI (Milano – Udine)
www.mimesisedizioni.it
mimesis@mimesisedizioni.it

Isbn: 9788857565187
Issn: 2499-7641

© 2019 – MIM EDIZIONI SRL
Via Monfalcone, 17/19 – 20099
Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 24861657 / 24416383
Fax: +39 02 89403935

Registrazione Tribunale di Napoli n. 37 del 5 luglio 2012

INDICE

EDITORIALE: La *neo*valutazione al governo della società
di Davide Borrelli e Diego Giannone *7*

La valutazione: un potere spacciato per sapere
di Yves Charles Zarka 37

Oggetti smarriti e ritrovati. Cartografare i valori politico-morali per comprendere l'ondata della valutazione
di Peter Dahler-Larsen 49

Dal rischio alla prestazione. Dispositivi, misurazioni, produzione del valore e inclusione differenziale
di Anna Simone 71

Il giudizio di Talos. Valutazione, algoritmi, macchine
di Mauro Santaniello 85

Vittime o complici? Sullo strano desiderio di essere valutati
di Bénédicte Vidaillet 103

Measuring and Delimiting Corruption
di Debora Valentina Malito 115

Rating agencies, symbolic capital and the evaluation of nation-states. A preliminary exploration
di Adriano Cozzolino 139

La Repubblica dei *performanti*
ovvero
si hic est asinus non erit illic equus
di Antimo Cesaro 159

The re-emerging debate over the rise of the Evaluative State in the British university sector
di Laura Giovinazzi 185

Recensione a *La mafia dimenticata*
di Salvatore Palidda 199

Anna Simone

DAL RISCHIO ALLA PRESTAZIONE DISPOSITIVI, MISURAZIONI, PRODUZIONE DEL VALORE E INCLUSIONE DIFFERENZIALE

Abstract

This article analyses the transition from risk society to performance society in the neo-liberal context. At the same time, the most important dispositifs of the principle of performance are discussed: management as an all-pervasive form of organization of human resources in the private sector and in institutions; the paradoxes generated by selectivity on a meritocratic basis; the extraction of value from human predispositions, in particular from differences in sexual orientation and gender.

Keywords:

Neoliberalism, Performance society, Management, Meritocracy, Differential inclusion

1. *«La società della prestazione» come contesto di riferimento delle politiche neoliberiste*

In questo articolo darò brevemente conto di alcuni elementi che, dal nostro punto di osservazione, costituiscono il "frame", il contesto, il perimetro sociale generato dalle politiche neoliberali e neoliberiste della valutazione. Non ci soffermeremo su queste ultime perché studiate con maggior rigore da altre e altri colleghi, ma daremo conto di alcuni elementi e aspetti che si intersecano con esse al fine di dimostrare la portata sistemica e integrata di quel che con Federico Chicchi abbiamo definito come «società della prestazione». L'uso del lemma «società della prestazione» era già comparso, oltre che nei lavori di Herbert Marcuse, anche negli studi sulla «società del rischio» di Ulrich Beck. Se per Marcuse il principio di prestazione si sarebbe affacciato qualora non fossero stati costruiti adeguati argi-

ni all'economia libidinale generata dalla pulsione ai consumi nella società del benessere degli anni Sessanta (Marcuse 1955; trad. it. 1964); per Beck, la società dei rischi da lui studiata negli anni Novanta, sarebbe divenuta di tipo *prestazionale* qualora non si fossero pensati adeguati strumenti di regolazione in grado di contenere la dismisura dei mercati, specie in merito alla de-regolamentazione delle forme di lavoro e ai rischi ambientali (Beck 1986; trad. it. 1999).

In entrambi i casi l'evocazione del principio di prestazione come pericolo era strettamente legato alla necessità di pensare una cultura del limite e della misura degli ordini economici vigenti. Infatti, la crisi del modello societario basato sull'industrializzazione, il fordismo, il welfare state, le classi sociali, il nesso capitale/lavoro hanno poi contribuito a delineare un quadro sociologico più complesso, fondamentalmente basato sull'individualismo competitivo e fortemente determinato dal mercato, al punto da poter parlare con Dardot e Laval di una nuova razionalità neoliberale fondata sul governo e sulla stessa produzione degli attori sociali da parte dei mercati (Dardot e Laval, 2009; trad. it. 2013). Sui processi di individualizzazione, già diffusi negli anni Novanta, Beck in *Società del Rischio* scriveva:

> Nasce, abbastanza paradossalmente, una *nuova immediatezza* nel rapporto tra individuo e società, l'immediatezza della crisi e della malattia, nel senso che le crisi sociali si manifestano come crisi individuali, e non sono più percepite, o solo in forma molto mediata, nella loro dimensione sociale. È questa una delle spiegazioni dell'attuale ondata di interesse per le psicoterapie. Nella stessa misura acquista importanza l'idea del rendimento lavorativo individuale, cosicché si può dire che *la società della prestazione*, con le sue possibilità di (apparente) legittimazione di diseguaglianze sociali, si svilupperà in tutta la sua problematicità solo in futuro. (Beck 1986; trad. it. 1999, p. 153).

Individualizzazione per Beck significa sganciamento da forme e vincoli sociali storicamente precostituiti, ovvero perdita delle sicurezze tradizionali e aumento delle sintomatologie; un nuovo tipo di legame sociale prevalentemente basato sul controllo e, ancora, scriveva: «È la singola persona che diventa l'unità di riproduzione del sociale nel mondo della vita» (*ivi*, p. 188); «Individualizzazione significa dipendenza dal mercato in tutte le dimensioni della vita» (*ivi*, p. 191). Non a caso, uno dei più grandi fautori di questo modello, l'economista von Hayek, ha parlato di antropologia neoliberista e neoliberale definita anche come «funzione catallattica» dei mercati (von Hayek 1993; trad. it. 2010), ovvero l'onnipervasività delle forme di organizzazione basate

sul *Management*, sull'io-centrismo competitivo tarato sul modello del *leader,* sulla messa a valore – da parte del mercato – delle attitudini legate alle professioni del lavoro cognitivo, alle identità di genere e di tutte le altre differenze. La società della prestazione, in altre parole, è una forma di adeguamento già annunciata e ora in fase di realizzazione alle regole dettate dal mercato attraverso il *Management* che da un lato mira a valorizzare, non per riconoscerne i diritti, ma solo per produrre plusvalore economico, come vedremo più avanti; dall'altra, come lo stesso Beck indica attraverso la citazione riportata sopra e come altri autori – per esempio Christofer Lash (Lasch 1979; trad. it. 1981) - mira a forgiare l'attore sociale contemporaneo non più solo a partire dalla sua azione, ma anche e soprattutto a partire dalla sua psiche, sancendo un'asimmetria definitiva tra i sistemi. La catallassi, infatti, è – se vogliamo chiamarla con altre parole – una sorta di *funzione antropofagica* del mercato atta a determinare tutti gli altri sistemi dall'interno: il sistema giuridico, politico, culturale, sociale.

Tralasciando in questa sede il risvolto sintomatologico e psicologico delle ripercussioni che il principio di prestazione, i processi di individualizzazione e la scomposizione/trasformazione del lavoro generano (rimandiamo a Chicchi e Simone 2017), si metteranno in luce i dispositivi che reggono questo modello di società, nonché le forme di produzione del valore e di «inclusione differenziale» generate dalla medesima. L'intenzione è quella di dimostrare come l'organizzazione neoliberista della società e del lavoro fondata sul *Management* tende ad estrarre plusvalore da ogni attitudine dell'umano, mettendolo continuamente a profitto.

2. *I dispositivi della prestazione*

All'interno di questo quadro generale, che segna un grande passaggio di scala dal rischio alla prestazione (Chicchi e Simone 2017), e a partire dalla definizione che ha dato Michel Foucault di "dispositivo" ovvero: «Un insieme assolutamente eterogeneo che implica discorsi, istituzioni, strutture architettoniche, decisioni regolative, leggi, misure amministrative, enunciati scientifici, proposizioni filosofiche […]» (Foucault 1994, pp. 299-300), proverò a dare conto di alcuni dispositivi della stessa società della prestazione.

Come noto, Foucault aveva in mente «la società disciplinare» e le pratiche di «governamentalità», non certamente il principio di prestazione. Tut-

tavia la sua definizione ci torna assai utile anche per delineare il mutamento in corso perché le funzioni di un dispositivo restano sempre le stesse. I dispositivi sono sempre correlati ad un ordine discorsivo e ad un gioco di potere che trae linfa dai saperi che esso stesso produce, anzi potremmo dire che saperi e poteri si producono a vicenda nella strutturazione delle forme di organizzazione delle «risorse umane» (Nicoli 2015) passate e presenti. A differenza delle società disciplinari e di controllo che si avvalevano della psichiatria, così come di altre scienze per tassonomizzare e incasellare i soggetti, la società della prestazione ed il mercato che tende a generarla utilizza i saperi provenienti dalla managerialistica, dalla psicologia cognitiva e comportamentale, financo dalle discipline orientali e dalle tecniche militari di addestramento, non più solo per generare un regno degli inclusi e un regno degli esclusi, ma per condurre a sé qualsiasi attitudine dell'umano e del sentire più intimo e profondo, per includere "differenziando" e per includere "usando". Questi dispositivi di cui si avvale la società della prestazione si fondano, come già accennato, su tre elementi determinanti: la riorganizzazione delle istituzioni su base aziendalistica, l'individualismo competitivo, la promozione di un agire performativo orientato al successo all'interno di un regime pratico e discorsivo che mira solo ed esclusivamente al profitto mettendo a valore tutto. Una sorta di riorganizzazione capillare e ad ampio raggio ormai trasferitasi su larga scala all'interno di ogni piega della società forgiando tutto secondo le logiche del *Management*.

È prevalentemente a partire dagli anni Novanta –come già accennato sopra- che lo spirito manageriale diventa onnipervasivo collocandosi come unica forma organizzativa efficace da tradurre persino in ambito pubblico, istituzionale. Anzi, potremmo dire che attraverso i processi di privatizzazione del welfare e delle grandi aziende di utenze, attraverso il nuovo innesto tra pubblico e privato, attraverso l'esigenza di "razionalizzare" l'efficienza delle Pubbliche Amministrazioni, comprese le Università, il *modello Management* mirava e mira a trasformare ogni ente pubblico in un'azienda (Boltanski e Chiapello 1999; trad. it. 2014). Sempre a partire da quegli anni, infatti, la letteratura managerialistica conosce uno sviluppo impressionante, come vedremo più avanti, e si struttura su almeno due filoni: il *Management aziendale,* con la sua pletora complessa di metodi e il cosiddetto *Management del sé*, da cui poi discenderanno altri metodi più contemporanei e più vicini ai processi di composizione e scomposizione sociale del presente, come il *Diversity Management,* nonché gli indicatori di profitto costruiti sulle differenze di genere e orientamento sessuale come il *Gender index* e il *Gay index*, tutti originariamente promossi dalla Scuola McKinsey di Londra, pioniera all'avanguardia in materia di formazione

degli amministratori delle multinazionali e degli Istituti Bancari (Simone 2012; 2014).

A differenza del *Management aziendale*, che mira a trarre maggior profitto dalla gestione delle risorse umane impiegate, favorendo un'efficienza capillare di gruppo attraverso varie tecniche e metodi, il *Management del sé* mira a forgiare innanzitutto l'individuo considerandolo, in sé, corpo-profitto e *brand*, un *io-impresa* permanente. Come ci insegnano gli studi di Le Texier, il *Management del sé* comincia a prendere timidamente piede negli Stati Uniti intorno agli anni Ottanta attraverso l'uso del modello di psicologia comportamentista applicato ai gruppi di «alcolisti anonimi» e si struttura, trasformandosi, negli anni Novanta, a partire dai nuovi modelli di *leadership* (Le Texier 2015). Potremmo dire che dal concetto di *habitus* individuato da Pierre Bourdieu per indicare il capitale culturale di ciascun attore sociale si passa direttamente all'interiorizzazione di un sé costruito secondo gli standard della produttività del mercato e del *business per il business,* in un regime di valutazione permanente. Corpo, spirito, emozioni, coscienza e sensi devono allinearsi ai modelli di marketing considerando persino la relazione e l'interazione come un gesto sociale mirato al *business.* Un esempio concreto di questo mutamento sociale di tipo prestazionale è ben rappresentato, ad esempio, dal successo esponenziale che hanno avuto alcune nuove professioni, prima fra tutte quella del *Coach*, il quale – secondo la celebre formula che caratterizza la sua azione – dovrebbe mirare a ridurre ogni forma di "interferenza" dell'agire degli attori al fine di aumentarne esponenzialmente il potenziale di prestazione e/o di "performance" sui luoghi di lavoro:

POTENZIALE–INTERFERENZE = + PRESTAZIONE (Chicchi e Simone 2017, p. 141).

3. *Il management dei saperi. Breve excursus sui paradossi meritocratici e sul culto della performance*

Valutare, meritare, formare (permanentemente). Per quanto assolutamente non nuove queste tre parole oggi tessono ordito e trama di un secondo plesso di dispositivi di prestazione prevalentemente centrato sulla traduzione della logica aziendalistica, del management all'interno del cosiddetto «capitale culturale» e delle sue agenzie come la scuola, l'Università, la formazione professionale, le fondazioni ecc. Il contesto che le tiene assieme è senz'altro dato dal progressivo farsi strada di nuovi strumenti di inclusione ed esclusione, di selettività altamente competitiva, basati sulla

meritocrazia, ovvero su un sistema di misurazione dei curricula, stabilito attraverso criteri "oggettivi" che mirano anche a determinare la cosiddetta cultura dell'*eccellenza* (Giardini 2014, pp. 95-99). Tutta la letteratura disponibile sulla meritocrazia in chiave critica o tendente a mostrarne i rovesci e i paradossi della stessa ha come punto di partenza il famoso lavoro di satira sociale di Michael Young del 1958, *The rise of meritocracy*, ma una sistemazione sintetica di quel che lui ha voluto dirci è rinvenibile soprattutto in alcune sue conferenze tenute molto dopo sulle modalità di selezione:

«Se valutassimo le persone non solo sulla base della loro intelligenza ed educazione, le loro occupazioni e il loro potere, ma sulla base della loro gentilezza e del loro coraggio, della loro immaginazione e della loro sensibilità, della loro simpatia e della loro generosità, non avremmo nessuna disuguaglianza di quelle cui siamo abituati» (Young 2000).

La provocazione di Young ci conduce diretti sul primo vero paradosso della meritocrazia, che – come molti sostengono – non ha nulla a che fare con lo stesso processo di riconoscimento del merito perché la prima è un sistema costruito e oggettivato attraverso l'uso di indicatori quantitativi e qualitativi, standard e parametri direttamente tradotti dalle logiche della nuova economia politica di matrice neoliberista, mentre lo stesso concetto di merito può essere pensato come una sorta di *inquantificabile* legato alla sfera delle passioni, della tensione etica, del desiderio, del talento di ciascuna e ciascuno che chiede di essere riconosciuto perché soggettivo e singolare, eccedente rispetto agli stessi indicatori. La parola *merito*, in effetti, deriva dal latino *merere*, ovvero "guadagnare", "acquistare" e veniva usata prevalentemente per indicare le modalità attraverso cui dovevano darsi le prime forme di giustizia distributiva. In un secondo momento fu molto usata dalla filosofia politica della modernità per indicare il principio di eguaglianza e di equità a cui avrebbe dovuto adeguarsi la giustizia sociale per riconoscere i diritti ai cittadini-lavoratori. Divenne uno strumento quantitativo solo con la nascita, nel 1947 ad Harvard, dell'ETS – Education Testing Service –, un'organizzazione dedita a misurare processi formativi, quozienti intellettivi ecc. attraverso strumenti che potremmo definire di "darwinismo sociale". Merito e metrica, dunque, divennero piano piano sinonimi sino a tradursi in un sistema selettivo, la *meritocracy* che, però, si è andata progressivamente trasformando in una *parola-bandiera* di alcune ideologie politiche tendenzialmente favorevoli a sostituire la cultura dei diritti fondamentali con strumenti di selezione sociali molto tarati su sistemi di valutazione che adoperano criteri oggettivi e quantitativi direttamente provenienti dagli standard dei mercati. Talento e merito, ad esempio, sono la stessa cosa? Il talento è misurabile alla stessa stregua di un curriculum

(Simone 2014)? E quanto questo dispositivo induce a divenire prestanti e *performer* di se stessi accumulando titoli a scapito della stessa qualità? Che scarto c'è tra il desiderio di fare una qualsiasi attività e l'obbligo imposto dagli standard di misurazione meritocratici? Chi giudica chi? A quale livello di competitività tra individui si potrebbe arrivare qualora sparissero le barriere di accesso eguale per tutti alle stesse opportunità?

Il secondo grande paradosso del dispositivo meritocratico riguarda, infatti, proprio il suo rapporto con l'esigibilità dei diritti fondamentali. In una società in cui la scuola e le Università pubbliche vivono già in un sistema di libera concorrenza con le scuole e le Università private, molte delle quali ambite perché ritenute più "eccellenti" di altre, la meritocrazia non dovrebbe strutturarsi solo a partire dalla sua domanda di prestazionalità e di *fitness* (Gramaglia 2008), ma semmai dovrebbe porsi il problema dell'accesso, ovvero dovrebbe garantire eguali opportunità di partenza per tutti, anche e soprattutto per chi è privo di mezzi, come peraltro prevede la nostra Costituzione. Lasciare che meriti e talenti vengano riconosciuti, in altre parole, non vuol dire affatto affidarsi ad un dispositivo come la meritocrazia fondamentalmente centrata su una dimensione quantitativa, performativa e prestazionale, dunque oggettivata e già tarata su indici e indicatori aziendali.

Il sistema di valutazione che oramai ha preso piede in tutte le istituzioni, trasformando alla radice anche le Università è uno degli esempi più chiari di cosa può generare un dispositivo prestazionale all'interno del *frame* generale della meritocrazia e del cosiddetto *Scientific Management*. Quest'ultimo, peraltro, ha come matrice fondativa lo spirito del toyotismo, dunque un modello di catena di montaggio applicato ai saperi umanistici e alla gestione delle «risorse umane» (Pinto 2012; Nicoli 2015). I sistemi di valutazione come la VQR per i lavoratori della conoscenza universitari, ad esempio, segnano un passaggio prevalentemente determinato da un asse che sembra tenere insieme le vecchie modalità disciplinari, di cui ci ha parlato Foucault -solo per quel che concerne la pena o l'esclusione- con i criteri di performatività e di efficienza degli attori sociali all'interno di un quadro generale che traduce i criteri di inclusività aziendalistica in processi di selettività meramente quantitativi altrimenti definiti come meritocratici. Il tutto a scapito di criteri non misurabili come lo stesso merito ovvero passioni, desideri, talenti, nonché la stessa libertà di ricerca persino sancita tra i diritti fondamentali.

Questo modello dell'efficienza prestazionale basata sulle aspettative di *performance* persino nell'ambito della ricerca scientifica all'interno delle scienze umane e sociali potrebbe generare, a sua volta, modelli di individua-

lismo competitivo molto simili a quelli che possiamo vedere nei *talent show* (Pinto 2013) o in altri format centrati su un principio di inclusione/esclusione fortemente determinato da una sorta di messa al bando pubblica del "diverso". Nonché, ovviamente, presso qualsivoglia azienda -nel caso dell'Università e dei saperi legati alle scienze umane e sociali, ad esempio, il sapere critico tende ad essere messo in minoranza e stigmatizzato, nonostante sia stato il fondamento stesso, l'atto di nascita della sociologia o della filosofia-. Inoltre il problema relativo ai sistemi di valutazione andrebbe collocato anche all'interno del conflitto che essi generano al loro interno e che, assai spesso, vengono confermati da una mole ingente di ricorsi atti a far valere le ragioni soggettive su quelle oggettivate attraverso tutti gli strumenti giuridici a tutela dei soggetti coinvolti, ovvero: «Con che diritto qualcuno attribuisce valore a qualcosa? Si può pensare un criterio universale di comparazione dei valori? Esistono valori logicamente superiori a tutti gli altri?» (Dal Lago 2013). Questi e molti altri conflitti assai dibattuti in ambito pubblico possono essere qui tradotti attraverso la lente di un mutamento che trasforma tutto in prestazione a partire dall'antropologia neoliberale e a partire dalla funzione antropofagica del mercato. Tale modello si va progressivamente facendo strada anche nell'ambito della pianificazione e dell'organizzazione della formazione. Da un attento *brainstorming* effettuato sugli stessi programmi di formazione, ad esempio, emerge con chiarezza come alcune parole che determinano il modello della società della prestazione stiano entrando a pieno titolo in essi. Il termine *performance*, ad esempio, utilizzato al posto dell'ormai desueto "mansione" è ormai entrato a pieno titolo in tutti i moduli di formazione, persino all'interno della pubblica amministrazione.

Il concetto di *performance*, come sappiamo bene, ha radici rinvenibili nella linguistica, nell'arte contemporanea e in altre scienze umane e può avere un valore centrato sul sapere critico, nonché sulla necessità di mostrare, attraverso le emozioni o le forme di rappresentazione artistica, il rovescio di stereotipi e senso comune (Butler 2017). Qui, tuttavia, viene usato solo nella sua determinazione normativa e segnatamente pre-determinata dai criteri del management ovvero all'interno di quel progetto complessivo che, nello stesso tempo, determina gli standard e i dispositivi della società della prestazione, nonché l'agire prestazionale e performativo orientato al successo e al profitto.

4. *Il paradosso dell'inclusione differenziale e il marketing delle differenze*

Per provare ad ampliare lo sguardo d'insieme su come funziona la «società della prestazione» proveremo ora, avviandoci verso la conclusione,

a spiegare meglio come avviene l'inclusione differenziale e a come si produce valore, estraendolo, da ogni forma di attitudine umana, genere e differenze sessuali comprese. Tra le nuove frontiere di successo del *Management*, come già accennato sopra, si va facendo strada l'impostazione *diversity*, così come si vanno stratificando con successo in molti luoghi della produzione nuovi indicatori economici legati alle differenze di genere e all'orientamento sessuale. L'obiettivo di fondo di questa tendenza non è solo legato al tentativo di colmare il *gender gap* ancora esistente all'interno del *Top Management* o nell'ambito della gestione delle risorse umane, o ancora di evitare forme di discriminazione sui posti di lavoro, ma di mettere tutto a valore sul mercato, qualsivoglia forma di attitudine e in particolare quelle legate alle differenze di genere, razza, orientamento sessuale, disabilità ecc. Nato agli inizi degli anni Novanta dalla già citata scuola di *Management* McKinsey, prontamente tradotto e diffuso su larga scala dall'Università Bocconi di Milano e da molte altre università europee, incluso a pieno titolo nelle carte e nei piani di azione del Dipartimento di Giustizia della *European Commission*, tradotto e promosso da molte fondazioni, Master e persino da un numero monografico della rivista *Mutamento Sociale*, il *Diversity Management* è, ormai, un ambitissimo progetto che mira a gestire le "risorse umane" includendo le differenze al solo scopo di estrarre valore e profitto da esse. Le definizioni che possiamo trovare sul "pacchetto" mutano variamente a seconda di chi lo adotta, ma la sostanza del senso per cui è nato resta grosso modo invariata.

> Il Diversity Management è l'insieme delle politiche aziendali volte a gestire le diversità degli individui e dei gruppi sociali nell'ambiente di lavoro. L'eterogeneità dei dipendenti di un'azienda può riguardare diversi fattori di diversità quali età, genere, professione, abilità, religione, orientamento sessuale e appartenenza etnico-culturale, e non deve rappresentare per l'azienda un problema, bensì un valore che può generare un vantaggio competitivo (Synergia Magazine 2016).

Secondo questo principio investire sulle differenze può far aumentare gli utili aziendali e, al contempo, si può costruire un buon "capitale reputazionale" delle stesse da rivendersi sul mercato in un secondo momento. Il *Diversity Management* ha, in altre parole, una doppia funzione solo ed esclusivamente finalizzata al profitto: una interna relativa alla valorizzazione dei singoli individui e delle loro differenze nell'ambito della gestione delle risorse umane contro le discriminazioni ed una esterna finalizzata a rivendere sul mercato, attraverso adeguate strategie di marketing, quello stesso principio etico –l'inclusione contro l'esclusione- che, però, trasfor-

ma immediatamente in *brand* quelle stesse differenze. Donne, immigrati, omosessuali, giovani e vecchi, disabili diventano così un *capitale* su cui investire, una sorta di *corpo-merce etica*, ossimorica e paradossale in sé, senza *voice*, da mettere a valore e da cui estrarre profitto attraverso le strategie di marketing. Se fino a qualche anno fa la tendenza ad usare questo tipo di *Management* proveniva direttamente dalla formazione manageriale delle grosse multinazionali, oggi la ritroviamo anche all'interno del tessuto della piccola e media impresa, nelle Università e con ogni probabilità la tendenza, già in atto, sarà quella di una sua traduzione sempre più tarata sull'individuo attraverso le tecniche e i saperi del *Management del sé*, ovvero la vendita diretta dell'*Io-diversity*.

In un rapporto della CNA (Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa) dal titolo *La sensibilità delle imprese e il Diversity Management*, finanziato dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali, dal Fondo sociale europeo e da Equal, iniziativa comunitaria, si sostiene, ad esempio, che persino le piccolissime imprese debbano avvalersi di questo strumento di organizzazione, semmai sotto forma di consulenza esterna, per adeguarsi alla società che cambia e per valorizzare le differenze al proprio interno e al proprio esterno. Non è un caso, ad esempio, che il *diversity* abbia cominciato a prendere piede nell'esatto momento in cui è cominciata a scricchiolare la cosiddetta "funzione allocativa" dei diritti sociali, ovvero nel momento in cui i processi di scomposizione del lavoro hanno reso di fatto inadeguato il vecchio sistema di *welfare* e ha cominciato a farsi strada il neoliberismo come progetto onnicomprensivo il quale, come abbiamo sostenuto più volte anche qui, genera il trionfo della «società della prestazione», nonché forme di estrazione di valore economico direttamente dall'umano e dalle sue differenze, rese ancora più visibili dal nesso diretto che intercorre tra scomposizione del lavoro e scomposizione sociale. Cosicché, se lungo tutto l'arco del Novecento le differenze di genere, razza, età ecc. hanno costituito la leva fondativa di una domanda di cambiamento basata sul conflitto delle stesse contro l'ordine sociale sancito dal patriarcato e dalla etero-normatività, per nuovi diritti sociali e civili, per la giustizia sociale e contro ogni forma di discriminazione ed esclusione sociale su scala transnazionale, oggi ci ritroviamo all'interno di un contesto e di un'antropologia economica rovesciata che mira ad «includere per differenziare» (Simone 2012; 2014) mettendo a valore tutto. In altre parole potremmo anche dire che la *funzione antropofagica* del mercato si va progressivamente sostituendo anche al sistema giuridico e all'organizzazione degli strumenti di giustizia sociale di tipo distributivo che abbiamo studiato e conosciuto lungo tutto l'arco del Novecento (Simone 2016). Un vero e

proprio rovescio paradossale delle istanze di inclusione e/o delle istanze e delle pratiche contro l'esclusione sociale.

Parallelamente allo spirito manageriale del *diversity*, in questi ultimi anni abbiamo assistito anche alla costruzione di indicatori di sviluppo quantitativi pensati *ad hoc* per mettere a valore alcune differenze come il *Gender index* e il *Gay index*. Il primo nasce con lo spirito di promuovere la cultura egualitaria in tutti gli ambiti, dalle aziende alle istituzioni, e contro ogni discriminazione di genere, ma sempre seguendo il criterio secondo cui la "responsabilità" sociale, pubblica e di impresa, faccia aumentare gli utili, dunque ben al di là della cultura classica dei diritti; il secondo è stato promosso dal sociologo Richard Florida per dimostrare come le aziende possono aumentare il loro fatturato assumendo e mettendo a valore gli omosessuali attraverso adeguate campagne di marketing. Index già adottato da più di seicento multinazionali nel giro di pochissimo tempo e divenuto persino utile ad individuare nuovi prodotti finanziari per i colossi bancari[1]:

> LGBT Equality Index, con la sigla che sta per lesbiche, gay, bisessuali e transgender è il nuovo prodotto finanziario di Credit Suisse, lanciato sul mercato statunitense il 21 ottobre scorso. Come suggerisce il suo nome, il nuovo indice borsistico creato dal colosso bancario elvetico comprende unicamente titoli di aziende "gay friendly". È stato lanciato proprio nella patria del politicamente corretto, gli USA, per cercare di ricrearsi un'immagine positiva, in un periodo di turbolenze per le note questioni relative all'evasione fiscale di migliaia di clienti americani. L'idea è del direttore generale della banca, l'americano Brady Dougan, che ha deciso di mostrare particolare sensibilità nel campo dei costumi sessuali. «Se siete interessati ai diritti delle lesbiche, dei gay, dei bisessuali e dei transgender oggi il Credit Suisse vi offre il primo indice in grado di seguire le performances delle società rispettose di quelle persone» ha commentato la CNN, tra i numerosi osservatori che hanno accolto positivamente la novità della banca svizzera. Il Gay index al momento è disponibile solo per la clientela americana, in regola con le tasse e in grado di spendere almeno 250.000 dollari. Ma l'istituto prevede di estendere l'offerta anche ad altri Paesi e ad investitori con capitali più piccoli (TicinoNews 2013).

Sull'estrazione di valore e profitto dalle donne, nonché dagli omosessuali, da altre differenze e dalle loro "attitudini" tendenzialmente costruite a partire da stereotipi di genere abbondantemente messi in discussione dalla letteratura femminista, la situazione è persino più articolata e variegata. Solo per fare alcuni rapidi esempi, il cosiddetto *Fattore D* appena lanciato

1 http://www.ticinonews.ch/economia/183642/credit-suisse-lancia-il-gay-index

dall'Università Bocconi di Milano per indicare quanto, di fatto, le donne e le loro capacità di relazione, cura ecc. potessero divenire «utili alla crescita del paese» (Simone 2014) è stato immediatamente trasformato in cassa di risonanza comunicativa da parte di quotidiani importanti come il *Sole 24 Ore*, il *Corriere della Sera*, oltre che da diversi periodici femminili, sino a divenire un concetto diffuso persino nel senso comune. Un altro esempio potrebbe essere il successo editoriale, su scala transnazionale, di *Rivoluzione Womenomics*, un libro scritto da due donne *Manager* nord-europee ed interamente mirato a valorizzare – per aumentare i PIL nazionali e i profitti aziendali – le attitudini femminili e ciò che loro chiamano «bilinguismo di genere nelle aziende». Nonostante vi sia, ormai, anche qualche piccola opposizione interna alla letteratura managerialistica, qualche sassolino lanciato da parte di donne esponenti del pensiero della differenza che, a partire dal loro posizionamento in azienda hanno cercato di rovesciare il linguaggio finalizzato all'estrazione di valore e profitto introducendo parole come autorevolezza al posto di potere, tempo di vita contro tempo del profitto, responsabilità come libertà, cura delle persone anziché mera gestione delle risorse umane, pratica della relazione contro l'ideologia del network ecc. (Pogliana 2012), la risonanza mediatica di queste forme di valorizzazione delle differenze e di estrazione di valore dall'umano, che risignificano persino il classico rapporto marxiano tra lavoro di produzione e lavoro di riproduzione (Giardini e Simone 2016) continua a non prevedere alcuna forma di nuova regolazione della religione del profitto per il profitto, né alcuna proposta alternativa. Quel *posto dei calzini* di cui ci parlava l'economista Christian Marazzi (1994), ovvero quella sapienza di cura e riproduzione non monetizzabile del lavoro delle donne è ormai diventato un indicatore di profitto, mentre –come abbiamo già sostenuto altrove- le forme di esclusione sociale generate per lustri dall'organizzazione patriarcale della società si vanno progressivamente trasformando in pratiche di «inclusione differenziale» (per restare fedeli, nonostante il significato assai diverso dato in questa sede, alla letteratura femminista post-coloniale e in particolar modo al lavoro di Gayatry Spivak) da parte del paternalismo neoliberale, una sorta di paradossale "sessismo democratico" (Simone 2012). È evidente, allora, che in questa dismisura generalizzata che forgia l'agire degli attori sociali catturandoli e trasformandoli nel profondo, ciò che occorre davvero ripensare è un mondo con meno misurazioni e maggiore misura.

Anna Simone (anna.simone@uniroma3.it)
Dipartimento di Scienze Politiche
Università degli Studi di Roma Tre

Riferimenti bibliografici

Beck U., 1999, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma, Carocci.
Id., 2001, *La società globale del rischio*, Trieste, Asterios.
Boltanski L. e Chiapello E., 2014, *Il nuovo spirito del capitalismo*, Milano, Mimesis.
Butler J., 2017, *L'alleanza dei corpi. Nota per una teoria performativa dell'azione collettiva*, in «Opera Viva», rivista on line.
Chicchi F., 2012, *Soggettività smarrita. Sulle retoriche del capitalismo contemporaneo*, Milano, Bruno Mondadori.
Chicchi F., Leonardi E. e Lucarelli S., 2016, *Logiche dello sfruttamento. Oltre la dissoluzione del rapporto salariale*, Verona, Ombre Corte.
Chicchi F. e Simone A., 2017, *La società della prestazione*, Roma, Ediesse.
Dal Lago A., 2013, *La s-valutazione della ricerca*, in «Aut Aut», n. 360.
Dardot P., e Laval C., 2013, *La nuova ragione del mondo. Critica della razionalità neoliberista*, Roma, DeriveApprodi.
Foucault M., 1994, *Dits et ècrits*, Paris, Gallimard.
Giardini F. e Simone A., 2015, *La riproduzione come paradigma. Per un'economia politica femminista*, in «Iaph Italia», www.iaphitalia.org.
Gramaglia M., 2008, *A difesa della meritocrazia? Concezioni alternative del ruolo del merito all'interno di una teoria della giustizia*, in «Politiche Sociali», n. 2.
Lasch C., 1981, *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*, Milano, Bompiani.
Le Texier T., 2015, *Le Management de soi*, in «Le Dèbat», n. 1.
Marazzi C., 1999, *Il posto dei calzini. La svolta linguistica dell'economia e i suoi effetti sulla politica*, Torino, Bollati Boringhieri.
Marcuse H., 2001, *Eros e civiltà*, Torino, Einaudi.
Marx K., 1969, *Il Capitale: Libro I, capitolo VI inedito*, Firenze, La Nuova Italia.
Nicoli M., 2015, *Le risorse umane*, Roma, Ediesse.
Pinto V., 2012, *Valutare e Punire*, Napoli, Cronopio.
Id., 2013, *Masterprof. Valutazione e vocazione all'immanenza*, in «Paradoxa».
Pogliana L., 2012, *Le donne, il management, la differenza*, Milano, Guerini e Associati.
Simone A. (a cura di), 2012, *Sessismo democratico. L'uso strumentale delle donne nel neoliberismo*, Milano, Mimesis.
Id., 2014, *I talenti delle donne. L'intelligenza femminile al lavoro*, Torino, Einaudi.
Id., 2016, *Per una giustizia «restitutiva». Figure del simbolico, del sociale e del giuridico dinanzi all'ordine economico*, in Simone A. e Zappino F. (a cura di), *Fare Giustizia. Neoliberismo e diseguaglianze*, Milano, Mimesis.
von Hayek F. A., 2010, *Legge, legislazione e libertà. Critica dell'economia pianificata*, Milano, Il Saggiatore.
von Mises L., 1949, *Human Action: A Treatise on Economics*, London, Yale University Press.
Id., 1988, *Problemi epistemologici dell'economia*, Roma, Armando.
Young M., 1958, *The Rise of the Meritocracy*, London, A Pelican Book.
Id., 2000, *Equality and Public Service*, in «British Association for the Advancement of Science», 11 settembre, Fabian Society.

Finito di stampare
nel mese di novembre 2019
da Geca Industrie Grafiche – San Giuliano Milanese (MI))