

1. Record Nr.	UNISA996337151603316
Autore	Boltanski Luc
Titolo	Arricchimento : Una critica della merce // Luc Boltanski, Arnaud Esquerre
Pubbl/distr/stampa	Bologna : , : Societa editrice il Mulino Spa, , 2019
Descrizione fisica	1 online resource (592 pages)
Disciplina	335.412
Soggetti	Marxian economics
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	<p>INDICE -- Dedicà -- Introduzione -- PARTE PRIMA. DISTRUZIONE E CREAZIONE DI RICCHEZZE -- Capitolo primo -- L'epoca dell'economia dell'arricchimento -- 1. La deindustrializzazione dei paesi dell'Europa occidentale -- 2. Vecchi e nuovi siti di ricchezza -- 3. L'onnipresenza delle cose arricchite -- 4. Lo sviluppo del lusso -- 5. La patrimonializzazione -- 6. Lo sviluppo del turismo -- 7. La crescita delle attività culturali -- 8. Il commercio dell'arte -- 9. Arles, dalla fabbrica di locomotive alla mostra d'arte contemporanea -- 10. Un riorientamento economico verso i ricchi -- Capitolo secondo -- Verso l'arricchimento -- 1. Le caratteristiche di un'economia dell'arricchimento -- 2. Giacimenti dell'economia dell'arricchimento -- 3. I cambiamenti della politica culturale francese -- 4. Una nuova prospettiva nell'analisi economica -- 5. Una transizione su diverse scale -- 6. Dal patrimonio di piacere all'impresa patrimoniale -- 7. Mutazioni locali di un capitalismo globale -- 8. La sfida delle cose -- PARTE SECONDA. PREZZI E FORME DI VALORIZZAZIONE -- Capitolo terzo -- Il commercio delle cose -- 1. La condizione di merce -- 2. Sulla circolazione delle cose -- 3. Il passaggio di mano -- 4. La determinazione -- 5. Prezzo e metaprezzo -- 6. Critica del prezzo -- 7. Il valore come giustificazione del prezzo -- 8. Il prezzo come elemento di costruzione della realtà -- Capitolo quarto -- Le forme di valorizzazione -- 1. Strutture e gruppi di trasformazione delle forme di valorizzazione -- 2. Presentazione della cosa: modalità analitica e narrativa -- 3. Il problema della valorizzazione attraverso l'immagine</p>

-- 4. La riproduzione delle cose -- 5. Mancanze, totalità e scarsità -- 6. Istituzioni e forme di valorizzazione -- 7. Strutturalismo e capitalismo -- 7.1. La concorrenza da un punto di vista sistemico -- 7.2. Capitalismo e mercati -- 7.3. Il ruolo della riflessività -- 7.4. La struttura delle forme di valorizzazione -- PARTE TERZA. LE STRUTTURE DELLA MERCE -- Capitolo quinto -- La forma standard -- 1. Il modello della forma standard -- 2. Forma standard e produzione industriale -- 3. Prototipi ed esemplari -- 4. La proliferazione delle cose senza persona -- 5. Le tensioni interne della forma standard -- 6. L'inquietudine creata dalla forma standard -- Capitolo sesto -- Standardizzazione e differenziazione -- 1. La storicità delle forme di valorizzazione -- 2. Dal commercio delle cose alla circolazione delle merci -- 3. L'effetto della standardizzazione sulla costituzione delle forme di valorizzazione -- 4. Economia materiale, economia immateriale -- Capitolo settimo -- La forma collezione -- 1. La modernità della forma collezione -- 2. Il dispositivo della collezione sistematica -- 3. Oggetti da collezione -- 4. Prezzo e valore degli oggetti da collezione -- 5. I campi del collezionabile -- 6. La struttura della forma collezione -- Capitolo ottavo -- Collezione e arricchimento -- 1. L'utilità dell'inutile -- 2. La collezione vista dal marketing -- 3. L'uso della forma collezione da parte delle imprese di lusso -- 3.1. Dal commercio di legno ai prodotti di lusso: la trasformazione del gruppo Pinault in Kering -- 3.2. Attrarre la ricchezza dei più ricchi -- 3.3. Valore e prezzo dei marchi dei prodotti di lusso -- 3.4. Prodotti standard con effetto «collector» e prodotti da collezione -- 4. Forma collezione e arte contemporanea -- 5. La contraddizione dell'economia dell'arricchimento -- Capitolo nono -- La forma tendenza -- 1. Tendenza, segno e distinzione -- 2. La struttura della forma tendenza -- 3. I vincoli economici della forma tendenza -- 4. Dalla forma tendenza alla forma collezione -- Capitolo decimo -- La forma attivo -- 1. Caratteristica della forma attivo -- 2. La liquidità delle cose come attivo -- 3. La potenza di mercato degli attivi -- PARTE QUARTA. CHI TRAE VANTAGGIO DAL PASSATO -- Capitolo undicesimo -- Il profitto nella società del commercio -- 1. Concorrenza e differenziazione -- 2. Plusvalore lavoro e profitto -- 3. Plusvalore commerciale e profitto -- 4. Spostare le merci o spostare gli acquirenti -- 5. Spostamento tra forme di valorizzazione -- 6. La messa a profitto dei ricchi e il capitalismo -- Capitolo dodicesimo -- L'economia dell'arricchimento in pratica -- 1. Un villaggio arricchito: Laguiole nell'Aubrac -- 1.1. La trasformazione degli insediamenti attraverso la patrimonializzazione -- 1.2. Le nuove «feste tradizionali» del villaggio -- 1.3. La patrimonializzazione dell'alimentazione -- 1.4. Un paesaggio da contemplare -- 2. Coltelli valorizzati attraverso la forma collezione -- 2.1. La fabbricazione «artigianale» di un coltello a Laguiole -- 2.2. Un coltello collezionabile -- 2.3. La museificazione come mezzo per commercializzare -- 2.4. Il problema dell'origine dei materiali -- 2.5. Distinguere i coltelli di Laguiole da quelli provenienti da altrove -- 3. «Un nome, un marchio, un villaggio» -- 3.1. Come degli abitanti hanno perduto la facoltà di disporre liberamente del nome del loro villaggio -- 3.2. Un'indicazione geografica per «valorizzare le ricchezze dei territori» -- Capitolo tredicesimo -- I limiti della società dell'arricchimento -- 1. L'articolazione di cose e di persone -- 2. Chi può approfittare di un'economia dell'arricchimento? -- 3. «Lasciati indietro» e servitori -- 4. Il ritorno dei titolari di rendite -- Capitolo quattordicesimo -- I creativi nella società dell'arricchimento -- 1. La condizione economica dei lavoratori della cultura -- 2. Il commercio di sé in quanto creativo -- 3. Il vincolo di autosfruttamento -- 4. Le circostanze di cristallizzazione delle classi sociali -- 5.

Disorientamento della critica -- Conclusioni -- Azione e strutture -- 1. Economia dell'arricchimento e critica del capitalismo -- 2. Strutturalismo pragmatico -- Appendice -- Abbozzo di formalizzazione delle strutture della merce -- 1. Alcuni elementi del linguaggio di base della teoria delle categorie -- Definizione 1 -- Definizione 2 -- Definizione 3 -- Esempi -- Definizione 4 -- Definizione 5 -- Definizione 6 -- Definizione 7 -- 2. Le forme di valorizzazione della merce -- 2.1. La forma standard -- 2.2. La forma tendenza -- 2.3. La forma collezione -- 2.4. La forma attivo -- 2.5. Alcune osservazioni su questa formalizzazione -- 3. Transizioni fra le forme -- 4. Aperture possibili -- Nota bibliografica -- Ringraziamenti -- Bibliografia -- Indice dei nomi.

---

## Sommario/riassunto

La mercificazione, attraverso lo story-telling, di nuovi beni e di nuovi settori come fattore dinamico del capitalismo La crescente disponibilit  di fortune personali in capo a elite emergenti dell'economia globale (rentiers da sempre usi a disporre di patrimoni, ma anche parvenus recentissimi) rende oggi spasmodico il bisogno di distinzione sociale. Esclusivit , autenticit , estetica ricercata contrassegnano la desiderabilit  dei beni di consumo, dalle opere d'arte agli oggetti di lusso, dagli immobili ai siti turistici, ai prodotti enogastronomici. Tanto pi  si agognano certe merci quanto pi  esse si arricchiscono di un'aura speciale, costruita mediante raffinate narrative, cui partecipano folte schiere di storici, giornalisti, critici d'arte, che con i loro saperi contribuiscono in modo cruciale ad ammantare di fascino antico oggetti e luoghi, nella glorificazione del passato come strategia di marketing.

---