

Si sta affermando un nuovo stile di vita che non demonizza gli acquisti ma li guarda con la giusta distanza. Cosa cambia per la società e l'economia

SOBRIETÀ

Il consumo responsabile al tempo della crisi

CHIARA SARACENO

Diversi indicatori segnalano che la crisi economica, arrivata direttamente o anche solo temuta, nei bilanci familiari ha prodotto un sensibile rallentamento dei consumi primari. Ciò riguarda le famiglie e gli individui che hanno poco margine di manovra, perché non sono state in grado di risparmiare e/o perché non possono contare su fonti di reddito alternative. Per queste persone e famiglie, più che di sobrietà è più corretto parlare di ristrettezze e difficoltà.

Sobrietà, infatti, riguarda lo stile, più che la quantità di consumo e più in generale uno stile di comportamento. Non è neppure automaticamente assimilabile all'austerità evocata durante la crisi petrolifera degli anni Settanta, quando sembrava che fossero indebolite le condizioni di benessere per tutti, a motivo dell'aumento del costo di una materia prima essenziale e del suo possibile razionamento da parte dei proprietari, per lo più esterni al mondo sviluppato. L'invito all'austerità era un invito a ridurre i consumi tout court. Abbiamo visto come è andata: passata la paura, ne è seguita l'era del consumismo più sfacciato, più esibito, anche più volgare.

Oggi stimolo alla sobrietà viene dallo spettacolo del-

l'improvviso, e disuguale, spiazzamento delle condizioni di vita di interi gruppi sociali ad opera di meccanismi interni: di un certo tipo di capitalismo e di mercato senza regole, che ha rivelato i propri effetti disastrosi sul piano sociale e delle disuguaglianze anche agli occhi dei non esperti.

Di fronte al rischio di impoverimento di interi gruppi sociali, è lo stesso modello di arricchimento che viene messo in discussione ed alcuni comportamenti appaiono moralmente intollerabili, oltre che di cattivo gusto. E anche chi si sente al riparo può essere indotto a modificare il proprio stile di vita, in direzione di consumi meno vistosi, meno offensivi per chi non se li può permettere, ma anche più consapevoli, più attenti al rapporto tra qualità e prezzo, all'evitare gli sprechi. Senza necessariamente ridurre il proprio standard di vita essendosi anche virtuosi.

Così si cercano i luoghi in cui si possono comperare i detersivi alla spina, in cui pasta e riso di buona qualità si acquistano sfusi e a peso, come quando io ero bambina - risparmiando, con benefici anche per l'ambiente, sulle confezioni. Si entra in un gruppo di acquisto per avere prodotti qualitativamente migliori a prezzo più basso. E si aderisce alla parola d'ordine dei prodotti a chilometro zero, che riduce i costi dei passaggi di mano e valorizza i

prodotti del territorio.

Siva meno al ristorante, ma si fanno più inviti in casa. Si cerca di spiegare ai propri figli che non è proprio necessario andare sempre in giro firmatissimi, da capo a piedi, e che se anche non si ha l'ultimo modello di (orrende) sneakers si sopravvive benissimo lo stesso. E non è proprio strettamente necessario possedere l'ultimo gadget più o meno tecnologico. Aumentano così probabilmente - o cambiano di registro - le negoziazioni intrafamiliari, potenzialmente, ma non è detto, allargando lo spazio per riflessioni su priorità e valori.

Anche senza ipotizzare maliziosamente che, come per l'austerità, questo atteggiamento durerà solo il tempo della crisi, non sedimentando in comportamenti e modi di essere e fare più stabili, non se ne possono nascondere alcuni effetti paradossali. In primo luogo, proprio perché la sobrietà nel consumo intesa come non spreco e attenzione alla qualità piuttosto che alla visibilità, è un atteggiamento che riguarda chi non è costretto dalla necessità, rischia di creare nuove, più sottili forme di divisioni sociali. C'è chi può solo accontentarsi di sottomarche e di discount di incerta qualità, e chi ha le risorse culturali, di tempo, di informazione, per cercare il gruppo di acquisto più sfizioso e che può permettersi pochi capi di buona qualità.

Allo spreco vistoso può sostituirsi l'understatement, che segna una ancora più forte distinzione sociale – come è sempre stato, per altro.

In secondo luogo, la riduzione dei consumi da parte di chi potrebbe permettersi può avere un effetto negativo su coloro che invece devono ridurli perché non possono permetterseli: riducendo la domanda di beni e quindi anche del lavoro di chi quei beni produce. Per questo, a diffe-

renza che all'epoca dell'austerità, nessun politico e nessun movimento ha fatto della sobrietà un invito o una parola d'ordine.

Forse il miglior risultato si potrebbe conseguire sul piano dei comportamenti pubblici: più sobrietà nelle dichiarazioni, nelle promesse e nelle accuse dei politici, ma anche nelle attese salvifiche nei confronti dei potenti di turno.

Più sobrietà, ed anche mo-

destia, da parte dei vari esperti ed istituzioni nazionali e internazionali che non hanno dato una brillantissima prova di lungimiranza e capacità di controllo. Più sobrietà nei personaggi dello spettacolo e nei vari reality e spettacoli televisivi. Se non sbaglio, sono stati i terremotati dell'Aquila a rilevare quanto fossero offensive le "sofferenze" dei protagonisti di non so quale reality a fronte delle loro concretissime tende quotidianamente allagate e alla loro vita devastata.

SILLABARIO

ZYGMUNT BAUMAN

SOBRIETÀ

Gli uomini dei secoli passati ovviamente consumavano, come tutte le persone di ogni tempo hanno sempre fatto e continuano a fare. Come tutti gli esseri viventi dovevano consumare per mantenersi vivi, anche se, essendo creature umane e non animali, dovevano consumare più di quanto occorresse per la mera sopravvivenza: essere vivi alla maniera degli uomini comportava l'imperativo di coniugare i bisogni dell'esistenza "meramente biologica" con i più complessi standard sociali di decenza, decoro, vita dignitosa. Il *fine* del consumo era la sopravvivenza (biologica e sociale) e una volta raggiunto questo fine non aveva senso consumare di più. Scendere al di sotto degli standard del consumo era dal punto di vista etico un disonore per tutto il resto della società, ma anche superarli era una colpa etica, benché questa volta personale.

Gli autori

IL SILLABARIO di Zygmunt Bauman è tratto da *La società sotto assedio* (Laterza). Chiara Saraceno insegna Sociologia della famiglia a Torino. John Lloyd è editorialista del *Financial Times*. Giampaolo Fabris è docente di Sociologia dei consumi.

I Diari online

TUTTI i numeri del "Diario" di *Repubblica*, comprensivi delle fotografie e dei testi, sono consultabili su Internet in formato Pdf all'indirizzo web www.repubblica.it. I lettori potranno accedervi direttamente dalla home page del sito, cliccando al menu "Supplementi".



Intervista/ Parla il sociologo Fabris

LA VIA ETICA ALLO SHOPPING

MARIA NOVELLA DE LUCA

Non più compulsivi ma selettivi. Attenti nella scelta, nomadi nella ricerca, abilissimi nell'equazione miglior qualità minor prezzo, surfisti delle offerte, decodificatori di etichette e codici, bio, etici e responsabili. La crisi in calza e la vita s'adeguа, i consumi prima crollano ma poi si plasmano al tempo, e tra gli scaffali dell'invenduto nasce una nuova categoria di "utenti intelligenti", come li definisce il sociologo Giampaolo Fabris, più sobri, più austeri forse, ma non per questo "meno felici".

Professor Fabris, chi sono i nuovi consumatori? Siamo di fronte a un mutamento "antropologico" dello shopping?

«Sì, il mutamento epocale è in atto e la crisi economica non ha fatto altro che accelerarne la corsa. Più che di nuova sobrietà però parlerei di una riscoperta della responsabilità. Perché pur in una contrazione di costi e di spese il consumo mantiene intatte le sue caratteristiche ludiche e di appagamento, ciò che cambia sono gli universi di riferimento».

Faccia un esempio.

«L'etica. I consumatori premiano le aziende che a loro parere si comportano bene, nel senso che non sfruttano i lavoratori, non inquinano, riciclano, non fanno sperimentazioni sugli animali. I soldi sono pochi e devono essere spesi bene, benissimo. Un dato che fa riflettere è che in piena re-



Quinto Orazio Flacco

Est modus in rebus... C'è una giusta misura nelle cose, al di là e al di qua non può esserci il giusto

"Le satire", I sec. a. C.



Molière

La perfetta ragione rifugge gli estremi e vuole che uno sia saggio con sobrietà

"Il misantropo", 1666



Serge Latouche

La sobrietà dei singoli cittadini è nel contempo un incentivo e un esempio per l'intera collettività

La scommessa della decrescita (2007)

Felicità

Una ricerca del Natale scorso ha dato risultati sorprendenti: le persone intervistate hanno dichiarato che, anche se il loro budget per i regali era diminuito, non erano per questo più tristi ma anzi più felici

cessione di acquisti, le vendite dei prodotti del mondo green, cioè verde, ecologico, rinnovabile, sono aumentate dell'8 per cento. Tanto che alcune catene della grande distribuzione hanno cominciato a far apparire sui loro scontrini la quantità di anidride carbonica prodotta dai diversi marchi».

Lei sostiene però che la tendenza a una maggiore sobrietà, anzi responsabilità, fosse già in atto prima della crisi. Non è dunque soltanto la necessità a renderci più impermeabili al consumo?

«I farmers market, i gruppi di acquisto solidale esistono da anni. Ma erano piccoli mondi alternativi alla grande distribuzione. Oggi sono realtà economiche concrete, simboli appunto di quella nuova antropologia del consumo, dove si preferisce una mela italiana magari meno bella, a una mela neozelandese, rossa e perfetta, ma nel cui costo sono compresi litri e litri di carburante scaricati nell'aria durante il trasporto fino ai nostri scaffali».

In uno dei suoi ultimi libri lei trasforma la parola "marketing" in "societing", dove i marchi e i prodotti si dematerializzano per diventare segni e simboli...

«Certo perché il consumo è anche agire umano e sociale. E dunque ogni mutamento in questo campo crea cambiamenti nei modi di vivere, di pensare, di stare insieme».

Infatti lei afferma che questa nuova sobrietà, questo non poter più comprare liberamente (o compulsivamente) ci ha resi, paradossalmente, più felici.

«È la tesi sorprendente di una ricerca che avevo effettuato nel Natale scorso. Pur non potendo più spendere per i regali il budget dell'anno prima, le persone rispondevano che questo sacrificio non le aveva rese più tristi ma anzi più felici e selettive. Le stesse parole di chi supera una fase bulimica della propria vita».

Lo shopping è anche una modalità del tempo libero. Soprattutto per i giovani, che passano i pomeriggi nei centri commerciali. E adesso?

«Non lo nego, questa è la sfida. Sostituire i beni di consumo con i beni di relazione. Bisognerà ripensare il tempo libero. Passare cioè dallo spendere al parlare, dal guardare le vetrine al guardarsi negli occhi. Non è facile, ma è una grande occasione».

Dall'era dei consumi alla politica "sobria"

LA MISURA DEI DESIDERI

JOHN LLOYD

Nel suo ultimo e incisivo libro intitolato *È la stampa, bellezza!*, Giorgio Bocca scrive qualcosa di particolarmente pungente e severo sulla natura della pubblicità odierna: «Essa è creatrice inarrestabile di desideri e di consumi, la potentissima locomotiva che trascina il genere umano verso nuove guerre e, forse, verso l'autodistruzione». La sua previsione è forse eccessiva, ma riflette una paura crescente che la crisi in corso ha messo in particolare evidenza. Il timore è quello di aver superato un limite, oltre il quale non ci stiamo più limitando a consumare, ma stiamo intaccando il nostro futuro e quello dei nostri figli. Siamo imprigionati in un sistema globale la cui legittimità politica dipende dalla capacità di assicurare standard di vita sempre più alti e di consumare sempre di più. Ciò vale ovunque e per tutti, dalla nuova politica democratica di Barack Obama al regime capitalista-comunista cinese; dal politico miliardario Silvio Berlusconi che ride sempre al sempre cupo scozzese presbiteriano Gordon Brown; dalla caotica democrazia indiana al serpeggiante autoritarismo russo. Ovunque le élite politiche fanno sempre più promesse.

Il grande toccasana della nostra epoca è stato il costante incremento degli standard materiali, che ha attenuato le ineguaglianze tra i nostri Paesi - che si sono acuite enormemente - offrendo la speranza di un futuro migliore alle gene-

Il futuro

Dopo una lunga ubriacatura stiamo cambiando mentalità è arrivato per tutti noi il momento di diventare sobri

razioni successive. Noi che continuiamo ad arricchirci sempre più osserviamo con commiserazione i meno fortunati che, soprattutto in Africa, combattono guerre genocide, scatenate in primis da miseria e povertà.

L'improvviso abbassarsi dei nostri standard di vita ci trasmette tuttavia qualcos'altro: noi abitanti dei Paesi ricchi forse non torneremo mai alla ricchezza in costante crescita che davamo facilmente per scontata; i nostri privilegi nascevano dal presupposto di avere alle nostre dipendenze manodopera a basso costo proveniente dall'Europa dell'Est, dalla Cina, dall'India e dalle Filippine. Quella manodopera così a buon mercato è composta anch'essa di consumatori, e i loro governi devono assicurare loro di più. Il loro "più" è il nostro "meno".

L'atteggiamento che ben si confaceva all'era dei consumi era l'edonismo, i cui simboli esteriori sono le automobili di grossa cilindrata, gli schermi al plasma di dimensioni esorbitanti, gli abiti firmati, le vacanze in centri di villeggiatura di lusso. Inizia invece ora a farsi strada una nuova mentalità che deve essere presa sul serio: mi riferisco alla sobrietà, alla moderazione, alla semplicità. Da sempre prerogativa di coloro che hanno abbracciato stili di vita "alternativi" - movimenti "Verdi", figure religiose, perfino alcuni socialisti - alla maggior parte di noi è sempre parsa eccentrica e *naïf*, ma... se avessero ragione?

A noi tutti che abitiamo nei Paesi ricchi è stato lanciato il seguente messaggio: è vero, dovremo affrontare uno o due anni difficili, ma poi la crescita tornerà. Ma è altrettanto verosimile che la crescita possa non tornare come prima e che la politica che ne conseguirà possa non essere più dominata dall'opposizione della sinistra e della destra, bensì dalla necessità di abbassare le aspettative. Ci serve una nuova politica, il cui successo dipenderà da un nuovo atteggiamento collettivo, che ben si esprime nel concetto di "sobrietà". Proprio come chi è sbronzo è incurante di sé e di ciò che lo circonda, così chi è sobrio è invece in grado di mostrare attenzione per sé e per la società. Dopo una lunga ubriacatura, è arrivato per noi tutti il momento di diventare sobri. Sarà difficile, ma probabilmente non avremo alternative.

(traduzione di Anna Bissanti)

LIBRI

GIAMPAOLO FABRIS

Societing. Il marketing nella società postmoderna
 Egea
 2008

ZYGMUNT BAUMAN

Consumo, dunque sono
 Laterza
 2008

Vita liquida

Laterza
 2005

Lavoro, consumismo e nuove povertà
 Città Aperta Edizioni
 2004

GEORGE RITZER

La religione dei consumi
 il Mulino
 2005

STEFANO CAVAZZA

Dimensione massa
 il Mulino
 2004

JEAN BAUDRILLARD

Il sistema degli oggetti
 Bompiani
 2003

La società dei consumi

il Mulino
 1976

VANNI CODELUPPI

Il potere del consumo
 Bollati Boringhieri
 2003

I consumatori

Franco Angeli
 1997



GRANDI MAGAZZINI

Le catene distributive democratizzano mode e costumi. Nel 1865 apre a Milano *La Rinascente*. Segue la *Upim* nel 1923



IL BOOM ECONOMICO

Sul finire degli anni '50 l'Italia accelera la sua produzione industriale. Con il boom crescono i consumi degli italiani



AUSTERITÀ, 1973-74

La crisi petrolifera impone una serie di misure di risparmio, tra cui il divieto di usare la macchina la domenica



ANNI NOVANTA

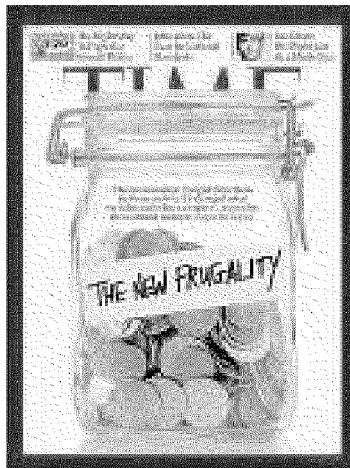
Sono gli anni del boom dei cellulari e della Playstation (1995), ma anche della nascita del movimento "No global"



OGGI

Il "Time" dedica la copertina alla "New Frugality": la recessione e i cambiamenti nel modo di vivere

Le tappe



La copertina del settimanale "Time" sulla "New Frugality"; a destra, un poster del 1920 sul risparmio e la sobrietà; in basso, una vignetta (da Mary Evans Picture Library)

Stesso standard

Si cambiano le abitudini senza necessariamente ridurre il proprio standard di vita, ma facendo più attenzione alla qualità. E alla fine ci si sente socialmente virtuosi

Paura

Si è visto come è andata a finire con l'austerità degli anni Settanta. Passata la paura ne è seguita l'era del consumismo più esibito più sfacciato e volgare

LIBRI

SERGE LATOUCHE

Mondializzazione e decrescita
Dedalo
2009

Breve trattato sulla decrescita serena
Bollati
Boringhieri
2008

Il mondo ridotto a mercato
Lavoro, 2000

GUIDO VIALE

Azzerare i rifiuti
Bollati
Boringhieri,
2008

QUINTO ORAZIO FLACCO

Opere
Utet 2008

LORENZO GUADAGNUCCI

Il nuovo mutualismo. Sobrietà, stili di vita ed esperienze di un'altra società
Feltrinelli
2007

FRANCESCO GESUALDI

Sobrietà. Dallo spreco di pochi ai diritti per tutti
Feltrinelli
2005

Manuale per un consumo responsabile
Feltrinelli
2003

S. CAVAZZA, E. SCARPELLINI

Il secolo dei consumi
Carocci
2006

