

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1384 del 02/06/2015

L'analisi della sociologa Roberta Sassatelli

FRONTEGGIA (BENE) LA CRISI MA SI SENTE IN DECLINO: ECCO IL NUOVO CETO MEDIO ITALIANO

Una cosa è certa: non è più il ceto medio di una volta. Lo si vede da come sono cambiate le abitudini di consumo, dai nuovi stili di vita, da una nuova retorica che pone l'enfasi sulla qualità, sull'autoproduzione, sulla gestione di genere della famiglia, sulle reti amicali e parentali. La middle class di casa nostra fronteggia la crisi mettendo in campo un proprio "progetto di sicurezza" che passa dalla riduzione dei consumi (diversificando le filiere di acquisto ma senza rinunciare alla qualità) e che abbraccia la moderazione come tratto etico, memore dell'esperienza dei propri genitori, e che riprende a dare valore al tempo. A disegnare il nuovo profilo del ceto medio è un libro di recente uscita, "Fronteggiare la crisi. Come cambia lo stile di vita del ceto medio" (Il Mulino), che raccoglie gli esiti di una ricerca sociologica condotta da Roberta Sassatelli assieme a Marco Santoro e Giovanni Semi.-

Degli esiti della ricerca ne ha parlato al Festival, affiancata da Arnaldo Bagnasco e Tonia Mastrobuoni, Roberta Sassatelli, che insegna Sociologia culturale all'Università di Statale di Milano. Uno studio che analizza, in particolare, l'evoluzione dei consumi operata dal ceto medio. "I consumi diventano importanti - spiega - perché lì c'è un margine, le famiglie possono gestire una serie di risorse. Una delle strategie adottate dalle famiglie è stato ridurre le merci, senza abbassare la qualità, facendovi entrare la variabile tempo. Si riducono fortemente gli sprechi, si acquista utilizzando tutte le filiere delle merci (il discount va bene per i detersivi, meno per l'insalata) ma acquistare qui e là, autoprodurre, comporta tempo. La logica è mantenere alta la qualità riducendo il costo, associando la qualità al sapersi prendere cura di sé, della propria famiglia e dunque anche del mondo."

Si tratta di nuove modalità di consumo che consentono di passare dal singolo al collettivo: lo faccio perché è un progetto non solo per me ma per tutti. "La logica del consumo responsabile acquista un aspetto strumentale, posizionale" afferma Sassatelli. "Ma c'è un altro dato: i gruppi sociali di mezzo hanno la caratteristica fondamentale di una relativa incertezza posizionale. Alla domanda se si sentono ancora del ceto medio negano che tale identificazione abbia ancora senso (il ceto medio esiste ancora?), esprimono una capacità di riflessione che sembra voler scongiurare la paura di cadere, non solo come famiglia ma anche come gruppo. Una riflessività molto autoprotettiva. Questo è un ceto medio molto abile nel formare racconti sul proprio stile di vita. Uno stile che nel caso di consumi alimentari implica riutilizzare le reti amicali e parentali, dando spazio agli inviti a casa che mantengono le relazioni, si utilizzano ricette della tradizione rivisitate inserendovi prodotti salutisti, i vestiti sono considerati il bene meno necessario, la famiglia italiana si riorganizza in termini di genere: gli uomini si impegnano ai fornelli la domenica, cucinando tipicamente pesce, cibo classicamente femminile ma anche raffinato. Uno stile anti snob virato in chiave sostenibile."

Strategie, queste del ceto medio italiano, che valgono a fronteggiare la crisi, ma che non riescono a cancellare la percezione di vivere un declino. -

