

# Introduzione

di *Roberta Paltrinieri e Paola Parmiggiani*

L'ipotesi di fondo che ci ha sostenuto nella scelta di dedicare un numero monografico della rivista a riflessioni teoriche e contributi di ricerca su diversi aspetti sociali, culturali e comunicativi delle pratiche di consumo è che esse costituiscano una lente di osservazione privilegiata per comprendere le trasformazioni della società contemporanea. I saggi raccolti in questo volume offrono, dunque, uno sguardo sociologico su alcune pratiche di consumo emergenti che ci consentono di cogliere fenomeni e processi culturali e sociali più ampi.

Un ambito di riflessione comune ad alcuni contributi è quello della sostenibilità, non solo economica e ambientale, ma anche e soprattutto sociale, che si intreccia con lo sviluppo di nuove forme di partecipazione e coinvolgimento attivo dei cittadini sul territorio, che mettono al centro la categoria dei beni comuni e sono orientate alla collaborazione e alla condivisione, grazie anche alle tecnologie digitali. Trasversale a più discipline, la sostenibilità può considerarsi a ragion veduta la base di un mutamento paradigmatico, che investe molteplici dimensioni e apre nuovi scenari per rispondere alle sfide poste dal processo duale della globalizzazione e dell'individualizzazione delle società contemporanee, sullo sfondo del perdurare della crisi economica iniziata nel 2008 che ha aumentato la polarizzazione sociale. Nello specifico, la declinazione del rapporto tra consumo e sostenibilità in termini di responsabilità, condivisione, collaborazione e innovazione sociale sul territorio costituisce il filo rosso di tre saggi raccolti nel volume, che si focalizzano su tre differenti comunità di pratica di consumo: la condivisione di cibo, il turismo responsabile e il consumo collaborativo di beni comuni.

Il fascicolo si apre con il saggio di Roberta Paltrinieri, Paola Parmiggiani e Piergiorgio Degli Esposti che prendono in esame l'impatto sociale e le potenzialità innovative delle pratiche di riduzione dello spreco alimentare veicolate dalle *food sharing platform*, le piattaforme digitali finalizzate allo scambio e alla condivisione di cibo. L'ipotesi che ha fornito una chiave di lettura del fenomeno agli autori è che queste comunità di pratica possano essere considerate una risposta innovativa alla crisi economica in atto nell'ottica della sostenibilità sociale. A tal fine, sono stati studiati gli effetti più o

*Sociologia della Comunicazione* 52.2016 ISSN 1121-1733 ISSN<sub>e</sub> 1972-4926

meno virtuosi di queste pratiche sul piano della qualità della vita personale e della produzione di beni collettivi, con particolare attenzione alla loro capacità di generare nuova progettualità sociale, politica ed economica, e, quindi, di gestire (depotenziare, là dove è possibile) gli effetti negativi del modello di sviluppo economico neoliberista, attraverso l'organizzazione di nuove forme di relazione produzione-consumo capaci di ricomporre la divaricazione esistente tra comportamenti economici e dimensione sociale.

Il tema della sostenibilità in termini di responsabilità condivisa fa da sfondo anche al contributo di Pierluigi Musarò e Melissa Moralli che analizzano il fenomeno del turismo responsabile nell'ottica dell'innovazione sociale, attraverso l'esplorazione di pratiche volte alla valorizzazione delle risorse ambientali e socio-culturali capaci di favorire uno sviluppo territoriale più equo e responsabile, basato sul coinvolgimento attivo non solo del turista ma anche delle comunità locali. Pratiche turistiche nelle quali tutti gli *stakeholder* partecipano in diversi modi all'interno dei processi decisionali che alimentano il turismo locale, condividendone anche le responsabilità con il settore privato e con le istituzioni pubbliche. Una *governance* partecipativa e condivisa che supera la dimensione meramente economica e settoriale del turismo e lo include all'interno dei più ampi processi di sviluppo del territorio, valorizzando i legami tra diversi attori locali e tra diversi settori dello sviluppo.

La diffusione di pratiche di consumo orientate alla condivisione e alla collaborazione, anche attraverso la mediazione di piattaforme digitali, è al centro del saggio di Giulia Allegrini, che mette in luce il nesso che intercorre tra il concetto di consumo collaborativo e quello di beni comuni. Nella sua argomentazione teorica l'autrice pone l'attenzione sulla dimensione pubblica, in quanto considerata centrale per tematizzare i beni comuni, da un lato, e per recuperare la valenza civica e/o politica delle pratiche di consumo collaborativo, dall'altra. Pratiche di consumo collaborativo che mettono al centro un condividere (beni, capacità, servizi, tempo, idee e conoscenze, luoghi e spazi, modelli di consumo e valori) e una modalità collaborativa basata su un fare insieme dialogico che può contribuire a riformulare i rapporti tra stato, economia e società civile, attraverso lo sviluppo di nuovi processi di *governance* dei beni comuni. Uno scenario in corso di sperimentazione che l'autrice esplora attraverso l'analisi dell'esperienza attivata nel Comune di Bologna in seguito all'adozione del "Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e Amministrazione per la cura e la rigenerazione dei beni comuni urbani".

Il tema della condivisione, non in rapporto alla sostenibilità come l'abbiamo sin qui intesa, bensì in relazione alle dinamiche identitarie e relazio-

nali della cosiddetta generazione dei Millennials, è centrale nel saggio di Geraldina Roberti, che offre uno sguardo sociologico sulle pratiche di consumo condivise attraverso le piattaforme digitali in relazione alla creazione di un personale *storytelling* digitale. Nel processo di esplorazione identitaria al quale sono chiamate le nuove generazioni nella società globale e individualizzata, caratterizzato da crescenti livelli di incertezza e ansietà, da un lato, e di libertà e riflessività, dall'altro, le pratiche di consumo diventano marcatori dell'identità attraverso i quali fissare, per quanto provvisoriamente, i diversi aspetti della propria identità sociale. In questo contesto, assumono una crescente importanza le pratiche legate all'utilizzo delle tecnologie della comunicazione digitale, nella veste di strumenti che offrono ai giovani uno spazio privilegiato per l'espressione di sé e per la sua condivisione; una gestione attiva della propria presenza digitale attraverso una pluralità di forme narrative finalizzate alla costruzione di un progetto biografico da condividere con gli altri. Nel suo saggio, l'autrice si focalizza in particolare sul ruolo assunto dai *selfie* scattati dai giovani durante e dopo le attività di shopping, e dai consumi così condivisi, nel rafforzamento dei legami affettivi e amicali.

Suggestivo e originale lo sguardo sociologico sulle pratiche di consumo alimentare proposto da Ariela Mortara e Vittoria Sinisi che presentano i risultati di una ricerca esplorativa volta ad indagare i comportamenti e le pratiche di consumo della prima colazione delle famiglie italiane con figli in età scolare. Partendo da un approccio socio-antropologico allo studio del cibo, le due autrici si focalizzano sul significato simbolico e relazionale degli alimenti e delle pratiche connesse alla prima colazione, nella convinzione che il consumo alimentare costituisca un cardine importante nei processi di costruzione delle relazioni intersoggettive e delle identità degli individui. In bilico tra tradizione e innovazione, la tavola, infatti, è un luogo di conservazione culturale e di riproduzione dei significati già esistenti, e, nel contempo, di innovazione culturale, di mutamento e creazione di nuovi significati.

Sui significati simbolici del cibo si concentra, infine, anche il saggio di Roberta Bartoletti e Giulia Cecchelin, che spostano però lo sguardo sulle pratiche connesse al consumo alimentare destinato agli animali domestici e, più precisamente, sulle narrazioni prevalenti della relazione uomo/animale costruite dai produttori di *pet food* attraverso l'etichettatura e il packaging dei prodotti. Un fenomeno che ci rimanda al più ampio rapporto tra uomo e animali domestici nella società attuale, che vede questi ultimi fortemente integrati nelle routine domestiche e nelle pratiche di consumo e di tempo libero del nucleo familiare che li ha adottati, nella veste di eterni bambini o alla stregua di compagni e amici.