

Francesca Ursula Bitetto

# Fattori meridiani

Gruppi di acquisto solidale  
e rappresentazioni del consumo e della ruralità



**Sociologia**

**FrancoAngeli**

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Francesca Ursula Bitetto

# Fattori meridiani

Gruppi di acquisto solidale  
e rappresentazioni del consumo e della ruralità



**Sociologia**

**FrancoAngeli**

Questo volume è stato pubblicato con un contributo del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".

Copyright © 2022 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Quasi una presentazione, di padre Ottavio Raimondo</b>	pag.	9
<b>Premessa, di Francesca Forno</b>	»	11
<b>Introduzione</b>	»	15
<b>1. Alcuni concetti in campo</b>	»	17
1.1. Il consumo	»	17
1.2. La logica delle classi	»	19
1.3. Vite sostenibili. Le culture dei consumi sostenibili e solidali	»	20
1.4. Il senso comune dell'acquistare	»	22
1.5. Il distanziamento simbolico dall'universo contadino: stereotipi dequalificanti, la terra che sporca, la terra come fatica	»	23
1.6. Sensi inversi	»	24
	»	
<b>2. La ricerca empirica. I Gas in Terra di Bari</b>	»	29
2.1. La scelta di partire dal Sud. Note metodologiche	»	29
2.2. La ricerca empirica	»	30
2.2.1. Le interviste preliminari	»	32
2.2.2. Strumenti d'indagine e campionamento	»	34
2.3. I Gas in Terra di Bari	»	35
2.4. Elaborazione dei questionari di rilevazione Gas	»	38
2.4.1. Condivisione degli obiettivi	»	39
2.4.2. Repertori di azione	»	39

2.4.3. Modalità di partecipazione degli aderenti al Gas	pag.	43
2.4.4. Il cambiamento della partecipazione nel tempo	»	45
2.4.5. Una trasformazione a piccoli passi. Il carico di lavoro tra percezione di sé e immagine degli altri	»	46
2.4.6. Finalità	»	47
<b>3. Il cambiamento culturale della rappresentazione della campagna e dei consumi</b>	»	51
3.1. Determinare un cambiamento nei modi di lavorare la terra e concepire il proprio lavoro	»	51
3.2. Cambiamento e resistenza al cambiamento. “Il comomero a dicembre”	»	52
3.3. Dal Gas alla società. “I Gas non viaggiano col megafono”	»	53
3.4. Il cambiamento culturale della rappresentazione della campagna	»	59
3.5. La cultura contadina è ancora qualcosa da cui emanciparsi o a cui tornare?	»	60
3.6. Dal sapere contadino alle reti alternative di distribuzione	»	61
3.7. Imprenditorialità in movimento	»	65
3.8. La parola è una creazione culturale	»	66
3.9. Ortodomingo: dalle <i>gated cities</i> alle comunità	»	68
<b>4. Uno sguardo ai Gas nel territorio pugliese</b>	»	69
4.1. Il campione	»	69
4.2. Dai nuovi stili di vita agli obiettivi di sviluppo sostenibile	»	72
4.3. Il ruolo dell’editoria nella creazione della cultura solidale	»	74
4.4. Non un Gas ma un presidio nella periferia	»	76
4.5. La lunga strada verso il bene comune...	»	77
4.6. Il ruolo della fiducia	»	81
4.6.1. Istituzionalizzare la fiducia	»	81
4.7. Il Forum regionale dell’Agricoltura sociale	»	83



<b>5. Oltre i Gas</b>	pag.	85
5.1. Come ci vedono gli altri?	»	85
5.2. Oltre i Gas: riflessioni ed evoluzione di un modello	»	86
5.3. Uno sguardo d'insieme: genesi, obiettivi e repertori di azione	»	90
<b>Conclusioni</b>	»	97
<b>Bibliografia</b>	»	103



## *Quasi una presentazione*

di *padre Ottavio Raimondo*\*

Una volta si diceva:  
credo dunque sono.  
In seguito si è detto:  
penso dunque sono.  
Oggi si dice:  
consumo dunque sono.  
Ci sono sentinelle che dicono:  
condivido dunque sono.  
Condivido  
perché non ci siano emarginati.  
Condivido  
perché ogni popolo sia libero.  
Condivido  
perché la natura sia rispettata.  
Condivido  
perché ci sia futuro per tutti e tutto.

Questo libro è affascinante proprio perché è condivisione. L'Autrice ha condiviso con la realtà dell'Università e della quotidianità.

E dove c'è condivisione tutto si rinnova, quasi una prolungata giovinezza; certamente una affascinante inversione di marcia.

Si passa dalla direzione del dominare alla direzione del servire.

Si passa dalla direzione dell'accumulare a quella del condividere.

Si passa dalla direzione del cercare il proprio prestigio alla bellezza del dono, della gratuità.

\* Missionario comboniano.

Ogni pagina che sfogli è un passo sulla strada lunga e non sempre facile che porta dalla testa al cuore; dal sapere al conoscere; dal sentito dire al lasciarci coinvolgere.

La verità che è adeguamento della mente alla realtà non basta. Ci vuole l'innamoramento, quell'innamoramento che ha fatto di Francesco il giullare della vita.

Il sapere che è somma di nozioni non ci realizza. Ci vuole la conoscenza che, nella mentalità semitica, è esperienza di vita, relazione intima, sponsalità.

Il sentito dire ci può trasformare in vagoni che si lasciano trascinare. Il coinvolgerci ci fa simili a locomotori capaci di trascinare.

La freschezza di queste pagine non ha bisogno di affermazioni altisonanti di grandi personaggi. Ci richiedono semplicemente e umilmente il nostro dire: conta con me. Io sono una persona in più che ci crede e ci mette la testa, la faccia e il cuore.

Saremo così quelle sentinelle che non si stancano di dire:  
condivido dunque sono.

## *Premessa*

di *Francesca Forno*\*

I Gruppi di acquisto solidali (Gas) sono stati un fenomeno davvero originale. Il primo gruppo viene fondato a Fidenza nel 1994 per poi diffondersi successivamente in tutta Italia, anche se la loro maggiore concentrazione è nelle regioni centro-settentrionali, in particolare Lombardia, Toscana e Piemonte.

I Gas inizialmente sono stati interpretati come reazioni e possibili risposte a due crisi: quella ambientale e quella politica. Rappresentano infatti una delle forme collettive – quella ancora più diffusa in Italia – di “consumo critico”, ovvero una modalità di acquisto di beni e servizi che tiene conto non solo del prezzo e della qualità percepita dei prodotti, bensì anche – in alcuni casi, soprattutto – del comportamento dei produttori e della sostenibilità ambientale e sociale della filiera produttiva.

Le prime interpretazioni di questo fenomeno mettono in evidenza come tramite il consumo critico i cittadini cerchino di riprendersi la politica nelle proprie mani, rilevando una incapacità (e, in diversi casi, scarsa volontà) di governi e istituzioni nel proporre soluzioni, adottare e attuare politiche per risolvere i problemi ambientali e sociali generati da un sistema di scambi sempre più globali e concorrenziali tra i diversi paesi.

\* Professore associato di Sociologia generale presso l'Università di Trento, dove insegna Sociologia e Sociologia del consumo. Si è occupata di partecipazione dei cittadini e delle nuove forme di azioni collettive e ha condotto ricerche sul consumerismo politico e sul consumo collaborativo.

L'approvvigionamento collettivo non è un fenomeno nuovo, in particolare in Italia, dove le cooperative di consumo hanno una storia antica. Le cooperative di consumo classiche, tuttavia, si differenziano dai Gas in quanto tendono a focalizzarsi su una solidarietà reciproca e interna, indirizzata al risparmio per i soci della cooperativa, oppure (o allo stesso tempo) al perseguimento di un più alto tenore qualitativo dei prodotti (biologici, naturali, tipici, ecc.). Gli stili di vita associati a questo tipo di consumo possono essere quindi sì sostenibili, ma non solidali nel senso inclusivo del termine che i gasisti loro associano (con ambizioni di solidarietà non solo tra gasisti e, in senso esteso, con l'ambiente, ma anche e soprattutto con i produttori).

Se la loro nascita è stata collegata alla crisi ambientale e politica, la diffusione dei Gas è stata spiegata con la crisi economica del 2007-2008, anni in cui questi gruppi osservano una crescita molto pronunciata. Dai dati raccolti dalle molteplici ricerche che hanno analizzato questo fenomeno è apparso infatti evidente che i membri dei Gas non godano di redditi particolarmente elevati. La maggior parte infatti appartiene alla classe media impiegatizia, impegnata nei servizi, nel commercio o nelle professioni o più ancora dipendente statale, insegnante, "colletto bianco" insomma, spesso con un impiego sicuro, ma messo a dura prova nella sua capacità di acquisto dalle politiche di austerità. Per questo strato di popolazione con un non così alto capitale economico, ma con un alto capitale culturale, i Gas rappresentano la possibilità di non rinunciare alla "qualità" (una qualità che si riferisce anche alla sostenibilità ambientale e sociale) di ciò che si acquista a causa di una minore disponibilità di risorse, perché i Gas ti permette anche di risparmiare.

I gasisti non sono dunque "consumatori critici" solo per una presa di posizione radical-chic. Si tratta infatti di persone che fanno delle scelte di spesa che possono anche essere onerose per la famiglia, perché lo ritengono politicamente necessario. Inoltre, rispetto ad altre forme di consumo critico organizzate, i Gas si differenziano per il carattere collettivo della loro pratica di approvvigionamento. Non si tratta infatti ad esempio di comprare "quote" individualmente da uno o più produttori, e vedersele recapitare settimanalmente a casa, né di frequentare mercati alternativi, ma sostanzialmente si tratta di organizzare collettivamente la distribuzione e la logistica di un ventaglio di prodotti procurati da una rete di produttori per una rete di consu-

matori. Una pratica collettiva quindi molto onerosa in termini di impegno soprattutto di tempo.

Proprio per queste loro particolarità, i Gas sono stati negli ultimi quindici anni molto studiati, sia con indagini quantitative che con indagini qualitative. Del “fenomeno Gas” non si sono occupati solo sociologi, ma anche economisti, politologi, geografi, medici.

A distanza di venticinque anni dalla loro nascita, la situazione appare tuttavia molto cambiata. Se alcuni Gas continuano a operare come in passato, altri hanno modificato la loro forma, trasformandosi ad esempio in cooperativa. La crescita dei Gas ha inoltre contribuito molto alla diffusione della cultura del consumo critico, cosa che ha portato ad una maggiore presenza di prodotti biologici e locali anche nei supermercati convenzionali, facendo in parte venire meno la spinta all’aggregazione da parte dei consumatori critici.

Tutte queste trasformazioni si trovano ben descritte nel libro che avete tra le mani, che ha il pregio di darci una immagine aggiornata di questo fenomeno, peraltro visto da Sud, in particolare dalla Puglia, una regione che negli ultimi anni ha visto il diffondersi di molte iniziative legate al consumo critico, iniziative che sempre più uniscono questioni ambientali e questioni sociali, basti pensare al progetto di autoproduzione di salsa di pomodoro, di tipo cooperativo e mutualistico “SfruttaZero”, promosso da precari e migranti nel cuore del Salento, dove nel 2011 scoppiò la rivolta di Nardò da parte dei braccianti immigrati che scioperarono contro il caporalato e per condizioni di lavoro più umane.





## *Introduzione*

La critica al consumo nel Nord Italia ha generato il modello dei gruppi di acquisto solidale che mettono in relazione consumatori e produttori. Ciò al fine di migliorare il benessere sia dei primi, che acquistano prodotti di qualità a un prezzo più basso, sia dei secondi, che ottengono un prezzo migliore per i loro prodotti e talvolta forme di prefinanziamento, sostegno, pianificazione delle coltivazioni in base alle richieste dei gruppi che si impegnano ad acquistarli.

La logica che governa i rapporti non è più meramente utilitaristica, il gesto del consumo non è più freddo e automatico, ma il contadino acquista un volto, un nome, una storia, una dignità. Una dignità che era stata compromessa dalle logiche necessitanti del massimo profitto e della grande distribuzione ma anche dal riconoscimento sociale legato allo status e alla distinzione.

Il Sud contadino e arretrato, contrapposto a un Nord capace, industrializzato, moderno: è possibile rovesciare il determinismo di questa lettura? È possibile pensare dei rapporti sociali non fondati sulle logiche della distinzione e il disinteresse per lo sfruttamento delle persone?

Il gruppo di acquisto solidale è una forma cooperativa che consente al cittadino atomizzato del nostro tempo di fermarsi a riflettere sulle connessioni globali legate alla produzione di beni che quotidianamente acquista. L'elemento fondamentale del processo è la conoscenza del comportamento delle aziende e l'acquisto come una forma di voto che ci consente di premiare o sanzionare astenendoci dall'acquistare dalle aziende colpevoli di danni ambientali, sfruttamento dei lavoratori. Così in maniera semplice ma incisiva il consumatore riac-

quista la sua centralità e le logiche del sistema non appaiono più necessitanti. Dunque è una questione di prospettiva. Per determinare azioni innovative è necessario recuperare qualcosa, rendere obsoleto, incrementare o amplificare e ribaltare qualcos'altro. (Mc Luhan e Mc Luhan 2017) In primo luogo è necessario modificare la convinzione che non ci sia nulla da fare. Cambiare mentalità è difficile ma alcuni dei “più o meno giovani” che abbiamo incontrato in questo studio ci stanno provando anche se le difficoltà che devono fronteggiare sono notevoli. Alcuni per stanchezza abbandonano il campo o preferiscono impegnarsi nei Paesi poveri dove il loro sapere incontra meno resistenze. I soggetti coinvolti in un Gas possono essere diversi e portatori di competenze differenti. Le competenze si scontrano con i ruoli sociali ricoperti da ciascuno, per cui un contadino il più delle volte non ama sentirsi dire né da un ragazzo laureato né da un professore come dovrebbe fare il suo mestiere, ma è convinto di saperlo fare. Chi forma e informa i contadini sull'uso di fitofarmaci? Ci sono controlli? Come vengono effettuati? Cosa pensiamo del biologico? Ci fidiamo degli enti certificatori?

I Gas e la loro azione nascono da domande e ne pongono sempre nuove e le domande dischiudono universi di significato e di azione.

## *1. Alcuni concetti in campo*

### **1.1. Il consumo**

Il consumo è un segno distintivo delle nostre scelte identitarie. Situato all'incrocio tra il nostro capitale economico e quello culturale disegna le nostre preferenze relative al cibo, alla cultura come fotografato da Bourdieu nella sua mappa sociale del gusto (Bourdieu 1983).

Il consumo rende visibile chi siamo e chi vorremmo essere, ciò che è rilevante per noi e ciò che vorremmo divenisse importante? O è necessitato dal nostro capitale economico?

Bourdieu introduce i concetti di spazio sociale e simbolico, disegna la mappa sociale del gusto in cui incrociando capitale economico e culturale riesce a mostrare il gusto e i consumi delle persone coinvolte nella sua ricerca e in altre ricerche offrendo un quadro chiaro ma anche angosciante per il suo determinismo che colloca ciascuno in un punto determinato della mappa. Parla di spazio delle posizioni sociali e degli stili di vita (Bourdieu 1983 p.132-133). È come se la mappa sociale del gusto fosse una sintesi di tre mappe: quella delle condizioni sociali, dello stile di vita cioè la distribuzione delle pratiche e delle proprietà costitutive del sesso e degli habitus, cioè delle formule generatrici che stanno alla radice di ogni classe di pratiche e proprietà.

Nelle scelte di consumo culturale, si nota una certa mobilità, dal momento che lo stile di vita oltre che determinato dall'habitus può essere scelto, può essere qualcosa cui tendere. Il consumo è anche uno strumento simbolico per definire l'appartenenza, dei particolari criteri di rilevanza rispetto a cosa scegliere, consumare, come com-

portarsi, quali pratiche privilegiare. Così come la moda ha rappresentato e rappresenta uno strumento di differenziazione ma anche di inclusione permettendo a chi non è incluso in cerchie sociali di entrare a farne parte, condividere linguaggi e significati (Simmel, 1911). Secondo Bourdieu è opportuno “evitare di trasformare in proprietà intrinseche di un gruppo le proprietà che lo caratterizzano in un certo momento del tempo a seguito della sua posizione in uno spazio sociale determinato e in uno stato determinato dell’offerta di beni e pratiche possibili (Bourdieu 1995, p.18).

Parlare di spazio equivale a pensare le relative posizioni come collocate in esso ovvero come “esterne le une rispetto alle altre, definite le une rispetto alle altre dalla reciproca esteriorità e da relazioni di prossimità, vicinanza/lontananza, sopra/sotto” superiorità, inferiorità.

Le proprietà, le caratteristiche di un ceto sono legate proprio alla loro posizione nello spazio. I piccolo borghesi sono caratterizzati nelle loro scelte proprio per il loro essere collocati “nel mezzo” (Bourdieu 1995 p. 19). Le differenze emergono nelle disposizioni e nelle prese di posizione, negli habitus, nelle pratiche generative, nei beni accomunati da affinità di stile. Gli habitus sono differenziati e differenzianti: pensiamo non solo a cosa ciascuno di noi consuma, a cosa mangia ma a come lo consuma o lo mangia. Si possono avere idee differenti o modi differenti di esprimere le stesse idee. Si può distinguere fra ciò che è bene o male, buono o cattivo, distinto o volgare rifacendosi a categorie sociali di percezione, principi di visione e divisione (Bourdieu 1995, 21). La distinzione non è il movente di tutti i comportamenti umani, ma è possibile individuare un linguaggio che lega le diverse scelte, idee, preferenze. Distinguersi può significare esistere, essere significativo o essere differente. Dotato di categorie di percezione, schemi di classificazione.

“La differenza diventa segno di distinzione o di volgarità solo se vi si applica un principio di visione e divisione (22) prodotto dall’incorporazione della struttura delle differenze oggettive”. Le differenze nelle pratiche, nei beni e nelle opinioni diventano differenze simboliche.

Il consumo dunque simbolicamente rimarca le differenze e definisce universi simbolici.

Può essere attivo, legato alle abitudini, compulsivo o critico. Dal consumo critico passa la possibilità di manifestare il proprio pensiero

attraverso le scelte quotidiane microfisiche. Il consumo critico è una scelta per pochi, o può diventare pratica diffusa?

Il consumo potrebbe essere il luogo in cui si conduce una battaglia simbolica per scardinare vecchi criteri di rilevanza e di dominio, in cui si può iniziare a disegnare un nuovo mondo possibile?

La crisi economica costringe a ripensare i consumi proposti dall'industria culturale (Horkheimer Adorno, 1966) per destrutturarli recuperando spazi di autodeterminazione del consumatore che creativamente e attivamente si riappropria del proprio diritto a scegliere uno stile di vita, un modo di vestire, di consumare anche lontani dai modelli pensati dalle grandi case produttrici di beni, prodotti e stili.

L'innovatore con il suo differente stile di vita attraverso le scelte di consumo e abbigliamento rende visibile e operante la sua soggettività.

Lo studio dei gruppi di acquisto solidale ci introdurrà nel grande universo dell'economia solidale e dell'economia del bene comune.

Di questo universo ci proponiamo di studiare significati e potenzialità da mettere al servizio dei gruppi stessi, ma anche delle istituzioni che possono contribuire alla costruzione di nuovi modelli di azione, relazione, consumo e produzione.

## **1.2. La logica delle classi**

Secondo Bourdieu, "l'esistenza delle classi è la posta di una lotta" (Bourdieu, 1995, pp. 24-25). Negare l'esistenza delle classi sarebbe come negare la realtà delle differenze, dei principi di differenziazione, della riproduzione sociale e della conservazione. Se la mobilità sociale è un auspicio, una scommessa, non è possibile sottovalutare l'importanza delle contro spinte che ostacolano, riducono, neutralizzano le istanze di cambiamento, di innovazione. Il mondo sociale è costruito dai singoli o dai gruppi nella cooperazione o nel conflitto.

...la posizione occupata nello spazio sociale, ossia nella struttura della distribuzione delle diverse specie di capitale, che sono anche delle armi, determina la rappresentazione di quello spazio e della posizione assunta nella lotta per conservarlo e trasformarlo. (...) Quanto a me, domani cercherò di enunciare i meccanismi che (...) garantiscono la riproduzione dello spazio sociale e simbolico, senza tralasciare le contraddizioni e i conflitti che pos-