

STILI DI VITA: TRA IDENTITÀ, COMUNICAZIONE E POLITICA GLOBALE

PATRIZIA CATELLANI

Università Cattolica di Milano

1. INTRODUZIONE

Nel loro articolo, Cavazza e Corbetta sottolineano l'opportunità di studiare i rapporti tra stili di vita e scelta di voto, presentando i primi risultati di una rilevazione su questi temi, e auspicando che da questa loro riflessione nascano spunti per aprire nuove piste di ricerca e comprendere meglio i fattori alla base delle scelte elettorali nella società contemporanea. In questo commento muovo da quest'ultimo suggerimento e individuo alcune linee di ricerca che meriterebbero di essere sviluppate.

2. NUOVE CATEGORIE DI IDENTIFICAZIONE SOCIALE E SCELTE DI VOTO

Una prima questione di ricerca riguarda l'individuazione di quali sono, nella realtà attuale, le categorie sociali a partire dalle quali le persone sviluppano processi di identificazione. Mi ritrovo appieno nella prospettiva proposta dagli Autori, secondo la quale per comprendere i comportamenti delle persone, incluso il comportamento di voto, è – oggi come sempre – essenziale studiare l'interazione tra fattori individuali e fattori socio-strutturali, attribuendo un ruolo chiave al concetto di identità sociale. Come sottolineano gli Autori, ormai da tempo la crisi dei modelli esplicativi del voto basati su alcune fratture (*cleavages*) sociali (come la divisione di classe o la divisione territoriale) ha condotto gli studiosi del comportamento elettorale a parlare di una progressiva individualizzazione del voto, e a cercare il supporto della ricerca psicologica per individuare i processi mentali ed emotivi che soggiacciono alle scelte elettorali. Anche se a prima vista questi processi sembrerebbero svincolati da stabili influenze di matrice sociale, queste influenze sono invece ben presenti. Per portarle alla luce, appare essenziale tener conto degli importanti cambiamenti che hanno caratterizzato il tessuto sociale nel quale l'elettore oggi

vive, e studiare questo tessuto considerando il suo maggiore grado di complessità rispetto al passato. La ricerca psicosociale dispone di strumenti concettuali e di misura adeguati a indagare questa complessità, anche se le sue applicazioni allo studio della partecipazione politica e del comportamento di voto sono state finora relativamente limitate.

Si consideri la relazione fra collocazione professionale e voto, citata da Cavazza e Corbetta come tra quelle che meritano oggi rinnovata attenzione. Nell'articolo si sottolinea l'importanza di considerare la distinzione fra lavoro autonomo e lavoro dipendente, così come quella fra impresa pubblica e impresa privata, per comprendere meglio i legami tra professione e voto nella realtà attuale. In chiave sociologica, Diamanti e Mannheim (2002) fanno risalire la rilevanza di queste distinzioni a vicende specifiche della realtà italiana, quali la discesa in campo in politica dell'imprenditore Silvio Berlusconi o il ruolo che la Lega ha avuto come referente delle piccole imprese del Nord Italia. La psicologia sociale, dal canto suo, offre una chiave di lettura per una comprensione dei legami tra professione e voto che non si basa tanto su fatti o circostanze specifiche legati alla vita politica, quanto sull'esame di processi psicologici che possono trovare origine nella vita professionale delle persone e tradursi poi anche in scelte politiche. Per esempio, in una ricerca condotta in otto diversi Paesi europei (De Weerd, Catellani, De Witte e Milesi, 2007) è stato indagato il rapporto tra la percezione di cambiamento socio-economico connessa all'esercizio di diverse attività professionali e la scelta di voto. Si è visto così che a volte l'esercizio di certe professioni, come quelle legate allo sviluppo dell'ICT (*Information and Communication Technology*), può avere maggiore probabilità di accompagnarsi a una percezione di incertezza, dovuta a instabilità nella posizione economica o lavorativa e/o alla scarsa presenza di una forte appartenenza a una chiara categoria professionale. Queste condizioni a loro volta si possono correlare a una maggiore inclinazione a votare per partiti di estrema destra, ossia per partiti che più di altri propongono una lettura della realtà come caratterizzata da categorie sociali dai confini marcati e ben definiti. Questi risultati sono coerenti con quanto proposto dal Modello della riduzione dell'incertezza (Hogg, 2000), secondo il quale l'incertezza aumenta in modo significativo l'esigenza di collocarsi entro categorie sociali chiare e distinte da altre.

Il bisogno di appartenere a categorie sociali è comunque uno dei bisogni fondamentali dell'essere umano (Turner, Hogg, Oakes, Reicher e Wetherell, 1987), ed è quindi naturale che sia presente oggi come in passato. La sfida che oggi si pone agli studiosi è quindi di capire quali sono queste categorie sociali e attraverso quali processi si sviluppa l'identificazione con esse. Concordo con Cavazza e Cor-

betta quando suggeriscono che oggi più di un tempo le categorie sociali di riferimento si possono formare intorno alle abitudini di vita e di consumo delle persone. È dunque importante approfondire l'esame di queste abitudini. Si pensi ad esempio a come la pratica di certe attività sportive o di altre attività del tempo libero diventi per molti un vero e proprio marcatore della propria identità, un indicatore che consente di riconoscersi tra simili, stare insieme, supportarsi emotivamente e praticamente. A quanto ho sentito dire, se si va a correre al parco indossando una maglietta che testimonia la propria partecipazione a questa o quella *city marathon* è più probabile che si ricevano saluti o sorrisi nel momento in cui si incrociano altri «*runner*», mentre questo è meno probabile che accada quando si indossa una maglietta qualsiasi. Qualcosa di simile accade per i ciclisti. Chi ha l'hobby del ciclismo sa bene che abbigliamento, bicicletta, riviste, itinerari su piste ciclabili sono diventati dei veri e propri *marker* dell'appartenenza a una categoria sociale, quella del *biker* appunto, che finisce a volte per occupare uno spazio anche molto significativo nella vita e nell'identità di una persona. Qualcosa di simile accade a chi pratica lo yoga, il golf e così via. In ambiti diversi dallo sport pensiamo a chi mangia vegetariano oppure a chi fa parte di associazioni, come ad esempio l'*Accademia del silenzio*, che propongono l'adesione a valori e pratiche di comportamento che toccano ambiti disparati della vita di una persona. La nostra vita sociale è caratterizzata dall'emergere di sempre nuove e diverse categorie di identificazione basate sui nostri stili di vita. Si tratta dunque anzitutto di capire quali sono queste categorie. Oltre a questo, viene spontaneo chiedersi quali legami esse abbiano con categorie «classiche» di identificazione, come la classe sociale, e in quali condizioni le nuove categorie sociali divengano politicizzate.

3. ARTICOLAZIONE FRA CLASSE SOCIALE E STILI DI VITA

Cavazza e Corbetta notano che si assiste sempre più spesso allo sviluppo di stili di vita trasversali a diverse classi sociali. Le ragioni sono probabilmente varie e meriterebbero tutte di essere adeguatamente indagate. In prima battuta me ne vengono in mente almeno tre.

Una prima ragione è che alcuni degli stili di vita a partire dai quali si sviluppano processi di identificazione sociale riguardano attività, come la corsa, che per essere praticate non comportano necessariamente costi alti. Di conseguenza sono accessibili a molti, in modo largamente indipendente dalla classe socio-economica di appartenenza. Anche attività che di per sé possono essere maggiormente condizio-

nate dai costi, come i viaggi, oggi in diversi casi non lo sono in modo così significativo. Più che in passato accade che i ricchi decidano di viaggiare «da poveri». Che siano benestanti o meno, oggi ad esempio i giovani praticano quasi sempre un turismo economico e sostenibile: dormono in ostello, viaggiano con l'*Interrail*, prendono i voli *low-cost*, usano il *car sharing* o altre modalità di spostamento economiche e facilmente accessibili anche a chi non dispone di grandi entrate. Comportarsi diversamente significherebbe per loro essere *out*. Questi comportamenti spesso sono importanti segnali di appartenenza al proprio gruppo di amici e più in generale al gruppo dei coetanei, così come di differenziazione rispetto a gruppi appartenenti ad altre generazioni. Chi viaggia in modo diverso rischia di essere squalificato come membro del gruppo, o come minimo di ridurre la possibilità di conoscere altri coetanei durante il viaggio. Detto questo, anche chi non è più giovane oggi talvolta sceglie di viaggiare all'insegna della sostenibilità, della riduzione dell'impatto sull'ambiente e quindi anche dei costi. Si pensi ad esempio all'attuale moda del *trekking* lungo percorsi come il cammino di Santiago di Compostela o la via Francigena, viaggiando leggeri, con pochi cambi d'abito, dormendo e mangiando in luoghi semplici che riportano alla naturalità, alla lentezza e al silenzio. Tutti valori che cominciano a essere cari a molti, sia ricchi sia poveri.

Se capita spesso che i ricchi facciano cose da poveri, capita anche che i poveri facciano cose «da ricchi». E questa è una seconda ragione per cui a mio parere oggi gli stili di vita sono sempre più trasversali alle classi sociali. Pensiamo in questo caso all'abbigliamento. Oggi abbondano grandi catene di negozi che offrono capi *fashion* a prezzi più che abbordabili, e questo fa sì che molti possano vestirsi alla moda senza necessariamente svuotare il portafoglio.

Una terza e importante ragione per cui gli stili di vita, e le identificazioni sociali che su questi si basano, sono oggi più trasversali alle classi sociali rispetto a un tempo è a mio parere riconducibile al fatto che spesso questi stili si diffondono e diventano rapidamente condivisi attraverso l'utilizzo di vari media e in particolare di *social network* come Facebook o simili. La rete moltiplica le possibilità di incontrare persone che appartengono ad ambienti anche molto diversi dai nostri, persone con le quali possiamo entrare in contatto per scambiarci informazioni, foto, esperienze, musica, e così via. Insomma gli incontri che si fanno in rete spesso si fondano su una condivisione di interessi più che di censo.

Oltre a quelle citate, possono esserci diverse altre ragioni per cui oggi gli stili di vita appaiono in larga misura trasversali alla classe sociale. Solo un'indagine approfondita può individuarle, e va detto che un'indagine di questo tipo potrebbe anche portare alla luce la presenza di *nuovi* indicatori di appartenenza a classi sociali ed econo-

miche, ossia indicatori diversi rispetto a quelli finora conosciuti, ma che potrebbero essere ugualmente potenti nel discriminare persone di censo differente.

4. STILI DI VITA POLITICIZZATI E COMUNICAZIONE

La domanda centrale che Cavazza e Corbetta si pongono nel loro contributo è se e in che modo gli stili di vita possono arrivare anche a influenzare le scelte elettorali. E' plausibile pensare che questo accada quando uno stile di vita è radicato e consolidato, fonte di una identificazione sociale stabile e forte, correlata a valori e principi ritenuti importanti. Si tratta tuttavia di capire in che modo uno stile di vita alimenti una identificazione di questo tipo e come questa arrivi anche ad essere collegata a scelte politiche. Secondo Cavazza e Corbetta comprendere i processi di influenza reciproci fra stili di vita e scelte politiche è un po' come cercare di rispondere alla questione «*dell'uovo-e-della-gallina*». Alcune ricerche su determinati stili di vita, come quello legato alla scelta vegetariana, offrono a mio parere qualche spunto per dare una risposta a questa domanda (Catellani e Bertolotti, 2015). Si è visto che le motivazioni e i valori alla base di una scelta vegetariana possono cambiare la loro importanza relativa nel tempo (Hoffman, Stallings, Bessinger e Brooks, 2013). Spesso le persone fanno inizialmente questa scelta soprattutto per salvaguardare la propria salute o per evitare di infliggere dolore agli animali. Capita però che con l'andar del tempo anche altre motivazioni acquistino importanza, come quelle legate all'opportunità di garantire cibo sufficiente per tutti, evitando i costi eccessivi legati alla produzione della carne, oppure alla necessità di salvaguardare l'ambiente, evitando di sterminare foreste per creare pascoli oppure di inquinare con i pesticidi e altre sostanze chimiche utilizzate per l'allevamento degli animali.

Quanto appena detto a proposito della scelta vegetariana può essere un esempio di come stili di vita che inizialmente hanno fini di carattere individuale si possono trasformare nel tempo in stili di vita che hanno fini di carattere collettivo e politico. La comunicazione all'interno di gruppi che condividono uno stesso stile di vita gioca un ruolo importante in questo processo. I risultati di ricerche recenti sul ruolo della comunicazione (online e offline) nello sviluppo della partecipazione politica offrono spunti interessanti da questo punto di vista. Attraverso la comunicazione fra persone appartenenti a uno stesso gruppo si sviluppano i più importanti antecedenti psicologici della partecipazione politica, come un'identità politicizzata, o la percezione che valori fondamentali vengano violati o ancora il senso di efficacia collettiva, intesa come percezione che un'azione congiunta di

persone che condividono gli stessi valori e obiettivi possa portare ai risultati di cambiamento auspicati (Alberici e Milesi, 2013; Van Zomeren, 2013). Credo che adottare una prospettiva di ricerca di questo tipo possa essere importante anche per arrivare a capire più a fondo le dinamiche soggiacenti alla «politicizzazione» di uno stile di vita.

5. STILI DI VITA E POLITICA GLOBALE

L'ultimo punto che voglio affrontare è al momento poco più che un'idea, che necessita sicuramente di essere supportata da conferme empiriche. Un'identificazione basata su uno stile di vita, in quanto trasversale ad altre categorie di appartenenza più tradizionali come quelle territoriali, potrebbe giocare un ruolo rilevante nello smuovere l'interesse e la partecipazione delle persone rispetto a temi politici di rilevanza sovra-nazionale. Un tema di questo tipo è quello del cambiamento climatico, con le questioni correlate degli investimenti nelle fonti di energia rinnovabile e degli interventi per la riduzione di emissioni di gas responsabili dell'effetto serra.

Nell'ambito di una rilevazione ITANES (*Italian National Election Studies*) su un campione rappresentativo della popolazione italiana abbiamo visto che vi è un generale consenso intorno all'idea che le politiche sul cambiamento climatico non possano essere affrontate in una chiave solo nazionale. Al contempo, però, abbiamo anche visto che un elevato grado di accordo con l'attuazione di alcune politiche europee volte ad affrontare la questione del cambiamento climatico si ritrova solo fra le persone caratterizzate da una forte identificazione sia con l'Italia sia con l'Europa, mentre non si trova in coloro che si identificano solo con l'Italia (Bertolotti e Catellani, 2014, in stampa). Se dunque da un lato vi è un riconoscimento della rilevanza globale di certi temi politici, dall'altro il prevalere di un'identità territoriale solo nazionale ostacola la disponibilità a sostenere scelte politiche di tipo sovra-nazionale.

È possibile invece che la condivisione di uno stile di vita, proprio perché potenzialmente trasversale a realtà territoriali dai confini definiti e limitati, possa favorire una maggiore disponibilità a sostenere politiche sovra-nazionali. Per esempio, uno stile di vita che preveda il ricorso ai pannelli solari o ad altre forme di energia alternativa per il riscaldamento può essere condiviso da persone che appartengono a territori e culture anche profondamente diversi. Questa condivisione può a sua volta condurre coloro che adottano questo stile di vita ad attribuire maggiore importanza a valori che non rimandano solo a interessi individuali (come ridurre le spese per il riscaldamento) o locali (come ridurre l'inquinamento nelle città), ma anche a interessi di portata sovra-nazionale (come ridurre l'effetto serra).

Per concludere, la riflessione sulla relazione fra stili di vita e scelte politiche è solo all'inizio. Probabilmente porterà buoni risultati, anche se vi sono diversi nodi da sciogliere sia di tipo concettuale sia di tipo empirico. In questo quadro ancora in via di definizione, e tuttavia stimolante per ampliare la nostra conoscenza degli antecedenti delle scelte politiche degli elettori, ho cercato di delineare quattro questioni critiche che potrebbero trasformarsi in altrettante linee di ricerca: a) la necessità di individuare la presenza di alcune rilevanti e «nuove» categorie di identificazione sociale, come quelle basate su attività legate allo sport e al tempo libero; b) l'esame di come queste categorie sociali si intersecano con altre più tradizionali, come la classe sociale; c) lo studio del processo attraverso il quale uno stile di vita diventa politicizzato; d) infine il ruolo che le identificazioni basate sugli stili di vita possono giocare nell'influenzare la posizione degli elettori su questioni politiche di rilevanza globale. A mio parere nello sviluppo di tutte queste linee di ricerca un'attenzione particolare dovrebbe essere dedicata all'esame della comunicazione, in particolare quella attraverso il *Web 2.0*, nell'ipotesi che un esame di questo tipo sia essenziale per comprendere le dinamiche attraverso le quali uno stile di vita può diventare politicizzato.

BIBLIOGRAFIA

- ALBERICI A.I., MILESI P. (2013). The influence of the Internet on psychosocial determinants of collective action. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 23, 373-388.
- BERTOLOTTI M., CATELLANI P. (in stampa). The agreement with climate change policies: Framing the future and national versus supra-national identity. *European Journal of Social Psychology*.
- BERTOLOTTI M., CATELLANI P. (2014). Effects of message framing in policy communication on climate change. *European Journal of Social Psychology*, 44, 474-486.
- CATELLANI P., BERTOLOTTI M. (2014). Identità, valori e cibo. In F. Botturi, R. Zoboli (a cura di), *Attraverso il convivio. Cibo e alimentazione tra bisogni e culture*. Milano: Vita & Pensiero, pp. 101-113.
- DE WEERDT Y., CATELLANI P., DE WITTE H., MILESI P. (2007). Perceived socio-economic change and right-wing extremism: Results of the SIREN-survey among European workers. In J. Flecker (a cura di), *Changes in working life and the appeal of the extreme right*. London: Ashgate, pp. 63-83.
- DIAMANTI I., MANNHEIMER R. (2002). Le basi sociali del voto: la frattura che attraversa i ceti medi. In M. Caciagli, P. Corbetta (a cura di), *Le ragioni dell'elettore*. Bologna: Il Mulino, pp. 139-163.
- HOFFMAN S.R., STALLINGS S.F., BESSINGER R.C., BROOKS G.T. (2013). Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence. *Appetite*, 65, 139-144.

- HOGG M.A. (2000), Subjective uncertainty reduction through self-categorisation: A motivation theory of social identity processes. *European Review of Social Psychology*, 11, 223-255.
- TURNER J.C., HOGG M.A., OAKES P.A., REICHER S.D., WETHERELL M.S. (1987), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.
- VAN ZOMEREN M. (2013). Four core social-psychological motivations to undertake collective action. *Social and Personality Psychology Compass*, 6, 378-388.

La corrispondenza va inviata a Patrizia Catellani, Dipartimento di Psicologia, Università Cattolica di Milano, Largo Gemelli 1, 20123 Milano. E-mail: patrizia.catellani@unicatt.it