

Il consumo critico

Simone Tosi

Un numero crescente di persone consuma seguendo criteri di carattere etico. L'acquisto di prodotti del "commercio equo e solidale", le campagne di boicottaggio ecc. introducono nelle scelte di consumo criteri che rinviano all'interesse pubblico, conferendo al consumo un carattere politico. L'articolo traccia una panoramica di questi tipi di consumo, discutendone potenzialità e limiti.

Trasformazioni del consumo e dei consumatori

Da oltre una decina di anni anche in Italia - coerentemente con una tendenza diffusa nella maggior parte dei Paesi industrializzati - si sono diffusi stili di consumo che non sembrano riconducibili ai classici criteri di natura economica, come il miglior prezzo e la convenienza del prodotto, né rimandano a opzioni strettamente individuali, come il gusto o il benessere e la salute personale. Un'ampia gamma di comportamenti di consumo appare sempre più spesso orientata da scelte di tipo etico e da valutazioni di ordine sociale.

Questa tendenza risulta coerente con quanto evidenziato nello studio dei movimenti dei consumatori. Tali movimenti hanno seguito un'evoluzione che rispecchia in maniera precisa i cambiamenti del ruolo che è stato assegnato ai consumi nelle società industriali. Possiamo identificare tre fasi principali. La prima, quella tradizionale, è caratterizzata dall'attenzione al valore del denaro e all'etichettamento di base dei prodotti (composizione, quantità, modalità d'uso ecc.). Durante questa fase, si è affermata l'importanza del consumatore, della sua possibilità di scelta informata, della sua "sovranità". Le due fasi successive si sono succedute con rapidità a partire dagli anni 70. La seconda fase ha visto aggiungersi ai temi precedenti quello della sicurezza e della salute, la centratura sulla salubrità dei prodotti, con una prima apertura al tema della trasparenza delle imprese produttrici. Con la terza fase, infine, si è verificato il «matrimonio tra ambientalismo e cittadinanza» (Lang, Hines, 1993, 111). Le tre principali componenti che convivono in questa fase del "consumo etico" sono quelle della tutela degli animali (il cosiddetto *animal welfare*), dell'ambiente e dei diritti umani, delle condizioni di lavoro e di tutto ciò che ruota intorno ai temi del *fair trade* (Tallontire, Rentsendorj e Blowfield, 2001).

In questa fase, l'adozione di comportamenti "socialmente responsabili" riguarda una gamma assai ampia e diversificata di consumi, e coinvolge ogni genere di prodotti. Accanto ai classici circuiti, che a partire dalle esperienze della cooperazione internazionale degli anni 70 hanno dato avvio al movimento del

fair trade (commercio equo e solidale), il panorama odierno si è decisamente espanso. I consumatori attuali possono scegliere di passare le loro vacanze affidandosi a operatori turistici che confezionano per loro viaggi a basso impatto ambientale, rispettosi dell'ambiente o delle popolazioni presso cui trascorreranno il loro soggiorno; possono indossare abiti prodotti con materiali naturali, la cui coltivazione non reca danni al pianeta, né si avvale di alcun vessatorio sfruttamento dei lavoratori che hanno confezionato tali capi; possono investire i propri risparmi presso i circuiti della finanza etica. Particolarmente rilevante è il tema della responsabilità sociale e ambientale a proposito di cibo. Temi come quello della filiera corta e del “kilometro zero” - ossia di forme di approvvigionamento che comportino il minimo spostamento possibile di merci dal luogo di produzione a quello di consumo - sono ormai diventati abituali anche nel dibattito non specialistico e nelle pagine dei quotidiani.

Accanto a questi tipi di consumi è, poi, possibile rinvenire una serie di ulteriori segnali che indicano una crescente attenzione dei consumatori per le ricadute sociali e collettive dei propri comportamenti individuali e per le ricadute pubbliche di scelte che, secondo le tradizionali concezioni dei processi di consumo, sarebbero fondamentalmente private. Gli inviti a stili di consumo più “sobri”, l'acquisto di abiti usati, il ricorso a elettrodomestici e apparecchi elettronici appartenenti a classi energetiche parche ecc. sono una tendenza in atto tra molti consumatori ben prima che la recente recessione economica ne facesse argomento quotidiano e virtuosa raccomandazione. Molte persone si associano nei cosiddetti Gas (Gruppi di acquisto solidale) per fare acquisti comuni che vengono poi suddivisi tra gli aderenti, con qualche vantaggio economico e nella qualità dei prodotti e con una maggiore capacità di controllo sulle filiere di produzione. Anche l'adesione dei cittadini europei e nordamericani a campagne di boicottaggio risultano in costante crescita, a indicare una diffusa consapevolezza del contenuto sociale e del potenziale dei consumi utilizzati in chiave pubblica (Micheletti, 2003; Tosi, 2006; Forno e Tosi, 2009). L'introduzione, in questo modo, nelle scelte di consumo di ragioni di carattere altruistico, di criteri non strettamente interpretabili in termini utilitaristici e il rinvio, in qualche misura, all'interesse pubblico conferiscono al consumo un carattere che possiamo definire “politico”.

Seppure con varietà “locali” consistenti, quella del consumo critico è oggi un'area consolidata in tutti i paesi occidentali. Come mostrano i dati dello *European Social Survey*, in media il 16% degli europei, nelle ventidue nazioni studiate, ha compiuto un atto di boicottaggio, il 24% ha scelto di acquistare cibo e/o altri prodotti manifatturieri da circuiti produttivi alternativi e il 28% può essere classificato come consumatore politico avendo dichiarato di aver compiuto nell'anno precedente la rilevazione un atto di boicottaggio o di consumo critico al fine di apportare miglioramenti o contrastare il deterioramento della propria società. La percentuale di consumatori politici appare, tuttavia, significativamente più alta nel Nord Europa che nell'Europa meridionale. In Italia, pur con alcune differenze, diverse ricerche hanno mostrato che il consumo critico ha raggiunto una diffusione notevole, colmando quel ritardo che fino a pochi

anni fa relegava il nostro Paese tra quelli con i tassi di adesione al consumo critico più bassi d'Europa (Ceccarini, 2008, 32 e ss.).

A ben guardare l'utilizzo dei consumi come strumento di azione pubblica e politica non costituisce una novità assoluta e può certamente vantare una consistente tradizione. Dalla distruzione dei carichi di tè inglese nella baia di Boston da parte dei rivoluzionari americani, alla marcia del sale dell'India di Gandhi, al boicottaggio dei prodotti sudafricani durante il regime dell'apartheid nel Sudafrica di Botha, fino alle "guerre" dei formaggi o dei vini tra Italia e Francia, la storia testimonia una certa persistenza di questo tipo di utilizzo politico della leva del consumo (Micheletti, 2009).

Rispetto alle fasi precedenti, però, l'azione di "consumo critico" raggiunge oggi un alto grado di complessità. È diffusa in modo maggiore tra i cittadini delle società moderne, viene utilizzata in modo più sistematico, può contare su un certo grado di istituzionalizzazione, affidandosi a schemi di etichettamento, di certificazione e di verifica che permettono al compratore di selezionare i prodotti sulla base di criteri etici, sociali e ambientali. Alle forme storicamente più consolidate di consumo critico "negativo", come il boicottaggio, si affiancano oggi azioni "positive", di "*buycottaggio*" (Micheletti, 2003), cioè acquisti che premiano i prodotti e le imprese più prossimi ai propri valori. Soprattutto, il consumo critico si muove oggi in un quadro e in una prospettiva che lo differenziano dai suoi "parenti storici": *«È più transnazionale e globale [...] ed è utilizzato come strategia per includere i temi dei diritti umani, della democrazia e della sostenibilità nell'agenda politica globale»* (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2004, p. 290).

Globalizzazione, partecipazione politica e consumi

Le ragioni che possono contribuire a spiegare l'attuale fortuna e le configurazioni che il consumo critico ha assunto nelle società industriali avanzate sono molte. Di particolare importanza risultano alcuni dei cambiamenti intervenuti con il passaggio alla post-modernità.

La diminuita centralità dei processi produttivi che caratterizzerebbe la fase postindustriale e il progressivo affermarsi di atteggiamenti maggiormente orientati a valori post-materialistici spostano il baricentro sui processi di consumo, conferendo a esso una collocazione via via più centrale nello strutturare i rapporti e i processi sociali fondamentali (Bauman, 2008). Il consumo diventa così un'attività intorno a cui, in modo sempre più significativo, si strutturano le esistenze quotidiane e le persone organizzano le loro esperienze e le loro identità.

Profondamente intrecciati a questo tipo di trasformazioni sono i processi che hanno luogo con la globalizzazione, in particolare le sue ricadute sulle istituzioni politiche tradizionali. Nella globalizzazione le istituzioni ereditate dalla modernità incontrano seri problemi di adeguatezza. Il nuovo equilibrio asimmetrico tra economia e politica ha portato a notevoli difficoltà connesse all'assunzione di

responsabilità politica e alla legittimità democratica, sia alle scale nazionali sia a quella mondiale: emerge il problema di attori del mercato che assumono iniziative che appartenevano formalmente alle prerogative regolative dello Stato, laddove gli Stati sembrano inadeguati a sviluppare politiche in senso più globale. Le forme di consumo critico sono, dunque, interpretabili anche come reazione allo sradicamento della politica dal contesto dello Stato nazionale e come tentativo di superare il *mismatch* tra effetti economici della globalizzazione e regolazione politica globale (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2004).

Il dibattito sul consumo critico ha messo in primo piano il rapporto tra queste pratiche e le trasformazioni della partecipazione politica (Micheletti, 2003; Tosi, 2006). La crescente tendenza alla disaffezione verso le questioni pubbliche e il declino dell'impegno civico che caratterizzerebbe l'attuale fase di molte "post-democrazie" (Crouch, 2003) sarebbe in parte surrogato dall'emergere di nuove modalità di impegno sociale e di partecipazione politica, i cui tratti salienti - il carattere spontaneo e poco organizzato, il legame con le attività quotidiane, l'orientamento individuale dell'azione - definiscono caratteristiche tipiche dei "nuovi movimenti sociali", che ben approssimano l'azione di consumo critico.

Il diffondersi di modelli alternativi di consumo si lega all'emergere di un tipo di cittadino, che la letteratura sociologica definisce "*critical citizen*" (Norris, 1999), che a un forte sostegno ai principi democratici associa una sfiducia crescente nei confronti del funzionamento delle istituzioni e dei canali partecipativi tradizionali.

Anche nel nostro Paese alcune ricerche hanno evidenziato come la diffusione delle forme "critiche" di consumo e risparmio tra quote crescenti di cittadini sia profondamente connessa ai processi di globalizzazione dell'economia e alla ridefinizione del ruolo degli Stati nazionali (Tosi, 2006). Le letture che sono state date mostrano due aspetti. Da una parte emerge come il consumo critico allarghi il repertorio della partecipazione politica, rendendo disponibili ai cittadini insoddisfatti dell'azione nelle arene politiche tradizionali strumenti di azione diretta. Dall'altra contribuisce a colmare lacune che emergono nella regolazione della governance della globalizzazione, laddove i tradizionali strumenti degli Stati nazione risultano inadeguati ad affrontare i nuovi temi posti.

Due modelli di consumo critico

Per potere valutare le implicazioni del consumo critico vale la pena approfondire meglio il quadro in termini comparativi.

Il carattere globale delle trasformazioni entro cui il consumo critico assume la sua attuale diffusione e forza non deve, infatti, indurre a trattarne le forme e le modalità secondo schemi indifferenziati e onnicomprensivi. Le pratiche attraverso cui il consumo critico si manifesta sono, infatti, profondamente connesse alle specificità dei contesti entro cui esse hanno luogo: caratteristiche culturali, peculiarità della partecipazione politica, configurazioni locali dei

mercati e tradizioni civiche sono importanti fattori che vanno presi in attenta considerazione per una migliore comprensione del consumo critico, delle sue potenzialità e delle sue criticità.

Secondo recenti ricerche (Ferrer-Fons, 2006; Ceccarini, 2008) in Europa è possibile individuare due “modelli” di consumo critico prevalenti, parzialmente distinti.

Il primo modello, caratteristico dell'Europa settentrionale, si avvale in larga misura di strumenti codificati in “schemi di etichettamento” e presenta un carattere ampiamente istituzionalizzato e un consistente grado di incorporazione negli strumenti di mercato. I consumatori critici riempiono il loro carrello della spesa seguendo le indicazioni fornite da veri e propri “certificatori”, che controllano la rispondenza di specifici prodotti a dati criteri di produzione e commercializzazione. Le istituzioni che si occupano di produrre tali certificazioni vedono spesso la collaborazione tra grandi attori del mercato globale, organizzazioni della società civile e istituzioni pubbliche.

A partire dalla fine degli anni 70, in seguito alle pressioni esercitate dai gruppi ambientalisti, il governo federale tedesco ha dato vita a una delle prime “etichette ecologiche”, la Blue Angel, come strumento di regolazione volontaria in grado di garantire il rispetto di criteri di sostenibilità ambientale condivisi da produttori e consumatori. A livello mondiale esistono attualmente una trentina di schemi di certificazione ambientale, che dal 1994 sono organizzati nel *Global ecolabelling network*, con membri in ventidue Paesi (ma non in Italia). Questi schemi di certificazione coprono una gamma estremamente varia di “problemi”: *Forest stewardship council* certifica dal 1993 la filiera dei prodotti derivati del legno, *Marine stewardship council* vigila e certifica l'osservanza da parte dei produttori di criteri di sostenibilità relativi allo sfruttamento delle risorse ittiche ecc. La Federazione internazionale del movimento per l'agricoltura biologica (Ifoam) è riuscita a posizionare i suoi prodotti (cibo biologico, prodotti in cotone ecc.) nel mercato di massa, proponendo numerosi schemi di accreditamento affidati a differenti enti certificatori. Il movimento del *fair trade* si appoggia per le sue certificazioni sulla *Fair trade labeling organization International* (FLO-I) che rappresenta venti marchi nazionali in venti diversi Paesi (Micheletti, 2009).

Nei Paesi in cui prevale questo tipo di modello, il consumo critico non presenta un carattere particolarmente “alternativo” o conflittuale. Rientra, piuttosto, tra le forme di azione disponibili nel contesto istituzionale: è una delle possibili forme di offerta – al tempo stesso di mercato e di azione politica – ordinarie.

Nel secondo modello, prevalente nei paesi dell'Europa meridionale e, nello specifico, in Italia, l'azione di consumo critico presenta, invece, una forte correlazione con quella dei movimenti sociali (Tosi, 2006), praticata, quindi, in un'area che si colloca ai confini con l'arena politica in senso stretto e con scambi discontinui e spesso conflittuali con gli attori politici tradizionali – siano le istituzioni rappresentative o i partiti politici – e con quelli del mercato.

Costituisce una peculiarità italiana il forte intreccio tra culture legate al consumo critico e le matrici ideologiche della tradizione cattolica e della sinistra (Tosi e Vitale, 2009). Questa peculiarità ricade, oltre che sulle motivazioni

dei consumatori critici, sul profilo strutturale e organizzativo: «*Mediante i rispettivi sistemi associativi e i gruppi nel territorio, queste due tradizioni offrono opportunità concrete di praticare forme di consumo responsabile e solidale*» (Ceccarini, 2008, 16). L'articolazione dell'offerta di consumo critico in Italia passa in misura importante per la rete delle botteghe del commercio equo e solidale, mentre schemi settoriali più simili a quelli diffusi nel consumo critico nordeuropeo sono ancora poco sviluppati. Esistono, tuttavia, circuiti - come quello relativo al risparmio proposto da "Banca etica" o quello turistico organizzato nell'Associazione italiana turismo responsabile (Aitr) - che mostrano i segni di una certa espansione, pur non avendo ancora raggiunto quello che si potrebbe definire un vero e proprio mercato *mainstream* (Ceccarini, 2008).

Si osserva, complessivamente, una certa "debolezza" delle forme che passano per schemi di etichettamento e di certificazione. Il consumo critico definisce un'azione prevalentemente frammentata e legata a specifiche campagne di attivazione di gruppi di cittadini, legata ai repertori della protesta. Certamente non sono del tutto assenti anche in Italia forme assimilabili agli schemi di certificazione prevalenti nel Nord dell'Europa. Lo stesso circuito del commercio equo e solidale distribuisce prodotti la cui "buona reputazione" in termini di rispetto delle condizioni dei lavoratori e di attenzione a un equo rapporto tra Nord e Sud del mondo è garantita sia dalla tradizione culturale dei promotori sia da apposite certificazioni e dal controllo di organismi *ad hoc*. Tuttavia appare evidente la mancanza di un inquadramento istituzionale in grado di conferire un carattere affidabile e, dopotutto, pienamente democratico al consumo critico. Ciò affonda le radici probabilmente in una certa diffidenza dei consumatori critici italiani a conferire fiducia a tali tipi di strumenti, come più generale conseguenza di un basso livello di fiducia istituzionale. Il problema, certamente non nuovo, che emerge in questo caso è: "chi controlla i controllori?". Alla base di questa disparità è probabilmente possibile intravedere le differenze tra i sistemi politici dei vari Paesi, tra le culture politiche (e non solo politiche) che in essi predominano e il diverso tipo di reputazione e di considerazione di cui le istituzioni godono.

Tuttavia le organizzazioni che partecipano all'area del consumo critico - della cosiddetta "altraeconomia", secondo una definizione comune tra i militanti - non solo nell'ultimo decennio sono notevolmente cresciute di numero, ma hanno avviato interessanti forme di collaborazione interorganizzativa, stabilendo alleanze e promuovendo azioni sinergiche, che provano ad andare nella direzione di quei *council*, ai quali è affidato il compito di certificare i vari tipi di prodotti nel consumo critico nordeuropeo. È, infatti, possibile osservare un certo incremento della visibilità e dell'organicità delle esperienze di consumo critico presenti nel nostro Paese. Alcuni processi di aggregazione e convergenza, soprattutto a livello locale, sono senz'altro in atto. Occorre, però, domandarsi se tali sforzi possano portare questi attori ad acquisire maggiore peso e, quindi, capacità di un dialogo più fattivo con gli attori politici e istituzionali, guadagnandone sul terreno della rappresentanza e in termini di efficacia. Un punto, questo, che rimane una delle questioni aperte e più problematiche del consumo critico italiano.

Verso una valutazione

Le implicazioni trasformative del consumo critico chiamano in causa certamente ciò che tale pratica mette in movimento sul piano del mutamento culturale. Il lento incedere delle sensibilità, che le attuali problematiche veicolate dal consumo critico propongono, è evidente e va tematizzato nel quadro di processi sociali, che coinvolgono lunghi archi di tempo. Molti segnali possono essere letti sicuramente in questo senso. Da una parte vi è la crescente diffusione del consumo critico che, a partire da una connotazione più politicizzata, si diffonde come vero e proprio “stile di vita” presso persone di diversi strati sociali e orientamenti politici. Dall'altra vi sono i segnali forniti dal mercato che, sempre più, si mostra disponibile e interessato ad accogliere parte delle domande che nascono tra i consumatori “eticì”.

Tuttavia il potenziale trasformativo del consumo critico deve essere valutato anche nei più stretti termini dei significati politici che esso assume.

Il dibattito sull'efficacia del consumo critico nella sfera politica evidenzia posizioni che tendono a polarizzarsi in modo piuttosto netto tra atteggiamenti positivi e valutazioni pessimistiche. Tale polarizzazione denuncia da una parte il carattere in larga misura ideologico del dibattito, dall'altra appare indicativo delle potenzialità, ma anche della coerenza dei problemi, dei limiti e dei rischi che il consumo critico comporta come pratica politica.

Alcuni dei problemi sollevati puntano direttamente alla “democraticità” del consumo come pratica politica. Molti osservatori hanno sollevato dubbi sulla trasparenza e affidabilità del consumo critico, sottolineando come esso mancherebbe dei meccanismi necessari per potere definire una forma democratica di regolazione (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2004). Il consumo politico si fonderebbe su organizzazioni e reti non democratiche, e legittimerebbe e sosterrrebbe processi di deresponsabilizzazione individuale (un esempio di “*fall of public man*”), che possono favorire la deresponsabilizzazione delle strutture politiche e delle istituzioni dello Stato, devolvendo funzioni a favore di nuovi attori, la cui responsabilità e i cui doveri di *accountability* restano incerti. In questo senso molte critiche prendono in considerazione il fatto che il consumo politico – soprattutto nelle forme del tipo “etichettamento”, certificazioni etiche, certificazioni ambientali ecc. – genera nuovi soggetti politici, ibridi, che agiscono sia come attori di mercato sia come soggetti di iniziativa politica (Seyfang, 2004). Inoltre, espressioni come “*bag-shop-power*” o “un dollaro-un voto”, utilizzate dagli attivisti di molte organizzazioni del consumo critico, suggeriscono uno scivolamento verso un'idea di cittadinanza politica esercitata attraverso gli atti di acquisto, con gli evidenti limiti che un tale tipo di modello comporta rispetto alle strutture della disuguaglianza, poiché rischierebbero di produrre accessi differenziali, per censo, i diritti di espressione e azione politica. Sotto questa prospettiva il consumo politico rischia di rappresentare una riproposta dello schema ideologico della “democrazia dei consumatori”.

I modelli di consumo critico come quelli prevalenti nel Nord Europa – fondati cioè su schemi di etichettamento solidi e spesso “garantiti” da forme di controllo da parte di istituzioni statali – mettono parzialmente al riparo da

questi limiti di democraticità. Tuttavia non appare credibile una semplice trasposizione al contesto italiano di un modello del genere. Il tipo di tradizione civica, le caratteristiche del sistema politico e la crisi di fiducia che scontano le istituzioni nel nostro Paese non sembrano, infatti, fornire un terreno adatto al funzionamento di un simile modello.

Per un'attenta valutazione del potenziale e dei limiti del consumo critico è necessario tenere conto del contesto ideologico entro cui le interpretazioni politiche del consumo si affermano. Le diffuse pressioni verso "minime" versioni dello Stato definiscono da alcuni decenni il quadro ideologico prevalente. In tale quadro dominano la *«fede nella capacità del mercato autoregolato di offrire risultati di social welfare ottimali»* e l'idea che *«la regolazione top-down burocratica e inefficiente debba essere sostituita da meccanismi di mercato flessibili, sensibili e autoregolati in grado di rispondere alle preferenze di consumatori che esercitano le loro preferenze a favore di beni e servizi ambientalmente ed eticamente superiori»* (Seyfang 2004, p. 9). L'attuale espansione delle diverse forme di consumo critico e l'ascesa del neoliberalismo trovano una convergenza nel mettere al centro dei loro discorsi i concetti di individualizzazione, responsabilizzazione e relazioni di mercato, indebolendo - secondo i critici - la cittadinanza e sostituendola con l'enfasi su un cittadino-consumatore attivo, affidato a sé stesso. Secondo queste critiche, *«la neoliberalizzazione dell'attivismo comporta un'enfasi crescente sull'importanza del decisore solitario e una fondamentale accettazione delle strutture e delle logiche economiche esistenti, neutralizzando la possibilità di sviluppare una critica radicale verso tali logiche»* (Pellizzoni 2009).

Le varie obiezioni all'efficacia del consumo come pratica politica non consentono affatto di liquidare la possibilità che le pratiche individuali di consumo abbiano un'efficacia trasformativa: ma è indubbio che il carattere individualizzato dell'atto del consumo costituisce il punto critico fondamentale.

In particolare, come si è accennato sopra, nel nostro Paese la debolezza di un inquadramento collettivo forte e di un qualche tipo di presidio istituzionale rendono il consumo critico fortemente esposto ai rischi di assorbimento da parte del mercato e di una neutralizzazione del contenuto critico che costituisce il dato specifico di questo tipo di consumo.

Nel caso del consumo critico in Italia, la vicinanza ai movimenti sociali e la scarsa istituzionalizzazione di schemi di certificazione ampi rendono necessario ricercare "garanzie" che lo mettano al riparo da questo tipo di rischi. Questa ricerca mette in gioco, da un lato, le risorse dell'azione collettiva intese come organizzazione del consumo critico, dall'altro una relazione costruttiva con la "politica", che sia, però, in grado di assicurare il riconoscimento e la valorizzazione della specificità di queste pratiche "dal basso". È, infatti, importante il ruolo di istituzioni che si facciano garanti di universalismo e forniscano risorse di *enforcement*, affiancando processi e attori che favoriscano l'elaborazione collettiva dei coinvolgimenti individuali nell'azione. Di fronte ai rischi della partecipazione individualizzata e centrata sulla vita quotidiana, l'azione antagonista può rendersi visibile ed efficace solo se riesce a farsi rappresentare

politicamente e a realizzare un rapporto con la politica che sostanzialmente gli sforzi collettivi per trasformare l'economia e le istituzioni (Seyfang, 2004).

Le difficoltà di una fondata valutazione derivano dall'incertezza sugli esiti del consumo critico come movimento politico: i suoi destini sono la posta di una partita a tal punto aperta da consigliare un atteggiamento valutativo prudente. Il consumo critico ha cominciato a svolgere funzioni evidenti nelle direzioni che si è dato. Possiamo dire che le nuove istituzioni del consumo critico «sono oggi i watchdogs dello sviluppo sostenibile, dei diritti umani, del social dumping» e vi sono indicazioni chiare che esse «stanno avendo effetti reali sul business globale» (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2004, p. 294 e ss.). Le pratiche che prendono avvio dalle mobilitazioni e dalle istanze del consumo critico testimoniano della possibilità di costruire nuove forme regolative. Ma si tratta di un processo appena iniziato, di cui è difficile prevedere gli esiti. Il gioco tra rivendicazioni dei nuovi movimenti e attori economici dà risultati molto variabili: è in corso un'ibridazione tra i due ed è difficile dire quale sarà l'essenza del nuovo compromesso. Se, dunque, da un lato è difficile negare i «successi» del consumo critico, dall'altro i rischi indicati dai critici sono reali.

Riferimenti bibliografici

- Bauman, Z., *Consumo dunque sono*, Laterza, Roma-Bari, 2008.
- Ceccarini, L., *Consumare con impegno. La politica quotidiana tra botteghe del mondo e supermercato*, Laterza, Roma-Bari, 2008.
- Crouch, C., *Postdemocrazia*, Laterza, Roma-Bari, 2003.
- Ferrer-Fons, M., *Un'analisi comparativa del consumerismo politico in Europa*, in S. Tosi (a cura di), pp. 109-132, 2006.
- Forno, F., Tosi, S., (a cura di, 2009), *Partecipazione politica e denaro*, «Partecipazione e conflitto», n. 3/2009.
- Lang, T., Hines, C., *The New Protectionism*, Earthscan Publications, London, 1993.
- Micheletti, M., *Political Virtue and Shopping*, Palgrave Macmillan, London, 2003.
- Micheletti, M., «La svolta dei consumatori nella responsabilità politica e nella cittadinanza», *Partecipazione e Conflitto*, 3, 2009, pp. 15-40.
- Micheletti, M., Follesdal, A., Stolle, D., (a cura di), *Politics, Products and Markets*, Transaction Publishers, New Brunswick, 2004.
- Norris, P., *Critical Citizens*, Oxford University Press, Oxford, 1999.
- Pellizzoni, L., «Tre problemi per la teoria del consumerismo politico», *Partecipazione e Conflitto*, 3, 2009, pp. 42-48.
- Seyfang, G., *Shopping to save the planet?*, paper presented at the ECPR Joint Session, April 13-18, Uppsala, 2004.
- Tallontire, A., Rentsendorj, E., Blowfield, M., *Ethical Consumers and Ethical Trade*, Policy Series 12, Natural Resources Institute, University of Greenwich, 2001.
- Tosi, S., (a cura di), *Consumi e partecipazione politica*, Franco Angeli, Milano, 2006.
- Tosi, S., Vitale, T., Explaining How Political Culture Changes, *Social Movements Studies*, 8, 2, 2009, pp. 131-147.