

Classe media creativa, fuori dai quartieri!

scritto da Carlotta Caciagli

Sui muri del centro storico di Genova, in un angolo nascosto dei carrugi, fra i tanti tag e le tante scritte, una recita così: «Classe media creativa, fuori dai quartieri». Una frase che da sola basta per riassumere gli esiti di svariate analisi sociologiche sulle trasformazioni urbane degli ultimi dieci anni. Sì, perché se è vero - come è vero - che fra i fenomeni oggi più caratterizzanti degli spazi urbani spicca la gentrificazione, allora è altrettanto vero che uno degli attori protagonisti delle città contemporanee è senz'altro la classe media. Qualsiasi tentativo, dunque, di immaginare e praticare spazi urbani diversi da quelli esclusivi ed escludenti nei quali ci troviamo a vivere (o meglio, ai quali molte di noi non hanno accesso) non potrà prescindere da un'analisi approfondita del legame indistricabile fra la classe media e la città. Districare questa relazione è tanto cruciale da un punto di vista politico (di politica dal basso) quanto complesso.

Fino a poco tempo fa, sia il dibattito accademico che quello militante hanno solo sfiorato la questione: l'hanno assunta ma raramente spaccettata e esplorata nei suoi meccanismi. Si è così arrivati a descrivere le traiettorie della classe media nella dimensione urbana senza però sviscerarne le implicazioni. Eppure, il tema impone questioni dirimenti e contraddittorie anche alle varie forme di politica dal basso e di movimenti urbani che agiscono nei territori proprio per contrastare la gentrificazione e - più generalmente - la finanziarizzazione della città. Senza la pretesa di esaurire qui ed ora il tema, proviamo a mettere sul piatto alcuni punti utili al ragionamento.



Prima di tutto, dobbiamo riconoscere che il protagonismo della classe media ci mette in difficoltà. In letteratura (anche in quella di stampo

marxista) questa classe è stata spesso definita in negativo, come quella classe sociale che non è borghesia ma neppure proletariato. Al tempo stesso, in questa vaghezza di significato, dagli anni Novanta ci siamo sentiti ripetere che eravamo tutte classe media, parte di un non meglio definibile gruppo di persone che potevano aspirare ad essere imprenditori di se stesse, competere l'una con l'altra a chi era più meritevole e rifiutare categoricamente la subordinazione. A ben guardare in effetti non c'è molto altro che definisce la classe media se non il desiderio di non essere classe operaia e l'aspirazione ad essere borghesia. Quello che accomuna chi appartiene alla classe media è, possiamo dire, il «sentirsi» classe media. È necessario rimarcare, parafrasando Bourdieu, l'elemento di «distinzione» che passa da gusti specifici, da abitazioni di un certo tipo, dal tempo libero speso in un determinato modo. È necessario che la classe media accumuli capitale sociale e culturale per mettersi al riparo dal rischio di scivolare, magari a causa di un capitale economico che non è così distintivo, nelle classi popolari. È importante mettere a fuoco questo meccanismo perché è proprio sulle idiosincrasie e non corrispondenze fra il capitale economico e sociale/culturale della classe media che si innesta e consolida la gentrificazione.

La gentrificazione - quel processo che si innesta in un settore urbano rendendolo più esclusivo e dunque più escludente - è un fenomeno che affonda le proprie radici lontano nel tempo. Già nell'Ottocento se ne può trovare traccia. Tuttavia, solo con il passaggio dal modello produttivo fordista a quello post-fordista e con la nascita della città post-industriale la gentrificazione diventa strutturale negli

spazi urbani. La delocalizzazione delle fabbriche in piccoli centri rurali e in paesi di altri continenti aveva lasciato nelle città occidentali grandi aree abbandonate e stabilimenti vuoti. In un tempo relativamente breve questi spazi sono stati riconvertiti da luoghi di produzione a luoghi di consumo o stock immobiliare da destinare a fini abitativi. Sono stati cioè recuperati e re-immessi nel circuito di valorizzazione capitalista. Al posto delle fabbriche il cuore della città ha iniziato ad essere animato dai centri dirigenziali della finanza, dalle *hub* destinate ai servizi logistici, da tutto ciò, in poche parole, che consentiva alle merci di essere prodotte lontano ma di circolare vicino. Questa conversione ha determinato anche una nuova distribuzione di forza lavoro in città. Se con il modello della produzione e del consumo di massa di tipo fordista la città - con le fabbriche al proprio interno - era attraversata e vissuta soprattutto dalla classe operaia, con la riconversione post-fordista sono state soprattutto le classi lavoratrici specializzate, la piccola borghesia impiegatizia, i lavoratori che disponevano di competenze tecniche e informatiche a vivere gli spazi urbani centrali.

Per lungo tempo la gentrificazione è stata spiegata proprio a partire da questo fattore strutturale: lo stock immobiliare disponibile e pronto ad essere riconvertito che la deindustrializzazione aveva messo a disposizione. Sociologi e geografi di impostazione marxista hanno posto l'attenzione sulla disponibilità di spazi in cui il valore potenziale era più alto di quello attuale. Secondo queste teorie - le teorie del *Rent Gap* [1] - immobilariisti, costruttori e investitori avrebbero re-immesso questi spazi nel circuito di messa a valore non più dal lato della produzione ma da quello della rendita e del consumo producendo un aumento di valore in un'area altrimenti abbandonata. Questo è senz'altro vero e fornisce una cornice imprescindibile ma non sufficiente per comprendere le peculiarità della gentrificazione. Anche la terziarizzazione e l'imborghesimento dei centri storici, di cui già si parlava all'inizio degli anni Settanta, si basano su una conversione da luoghi di produzione a quelli di consumo e rendita fondiaria. La gentrificazione però è qualcosa di ancora diverso e basta attraversare gli spazi urbani per rendersene immediatamente conto. Esiste una ben precisa "estetica" dei quartieri urbani gentrificati. Quest'estetica fa sì che zone diverse, localizzate in città e paesi diversi, finiscano per assomigliarsi tutte a delle piccole Disneyland. In quest'omologazione, alcune zone urbane - come la classe media - si distinguono dalle aree circostanti: borghesi o popolari che siano. I quartieri gentrificati diventano cioè un nuovo elemento distintivo: un capitale territoriale da aggiungere a quello sociale e culturale.

Non esiste gentrificazione senza *gentrifiers* [2]. Sulla base di questa consapevolezza si sono sviluppati approcci integrati di analisi della gentrificazione, che tengono insieme la parte strutturale e quella soggettiva, del comportamento degli attori. Affinché il *rent gap* potenziale sia agito c'è bisogno di una popolazione che trova quel tipo di aree appetibili, rispondenti al proprio stile di vita. C'è bisogno cioè di una classe sociale che trovi la propria componente distintiva nell'estetica della gentrificazione, nei colori e nei luoghi «riqualificati», nei servizi dal sapore «urbano» ma non troppo. Sebbene le dinamiche della gentrificazione siano diverse da un'area a un'altra, le caratteristiche salienti sono trasversali. I *gentrifiers*, dicevamo, sono appartenenti a un tipo specifico di classe media, quella creativa, spesso composta di *free lance*, giovani artisti, architetti, impiegati nella cultura, comunicatori, organizzatori di eventi. Giovani dai gusti cosmopoliti che ricercano lo stile un po' *shabby* e un po' *chic* che sia diverso ma quanto basta. Questa popolazione ama la cornice multi-etnica ma creativa, comunque simile rispetto al gruppo sociale di cui si è parte. Una similitudine che non deriva da condizioni di lavoro ma dalle performances e dagli stili di consumo.

Il modo di vivere lo spazio urbano dei *gentrifiers*, spesso loro malgrado, supera le loro intenzioni e produce una lunga serie di effetti legati a vario modo al *displacement*, ovvero all'allontanamento delle fasce di popolazioni meno abbienti in luoghi sempre più lontani dal centro storico. Fasce a cui, però, se guardiamo all'asse del capitale economico, molti della classe media creativa appartengono. Sempre per citare frasi esaustive, a Milano sui muri esterni dello storico centro sociale Leoncavallo, uno striscione riassume la parabola di un quartiere che di fatto non esiste ma che è stato creato dall'immaginario collettivo della classe media creativa, affascinata dallo scenario post-industriale, dall'architettura moderna e dal design. Il quartiere è *Nolo*, abbreviazione di «North of Loreto». Quest'area ha assunto la sua identità in poco tempo, dopo che una certa tipologia di popolazione ha iniziato a trovarla attrattiva. Questo ha prodotto un innalzamento repentino dei prezzi delle abitazioni, conducendo a un corto circuito per il quale proprio quella classe media con un capitale economico contenuto che aveva funzionato da apripista per l'esplosione dell'area, ne è stata spinta fuori. Lo striscione del Leoncavallo recita infatti così: «*Nolo*, ovvero la stupidità dei poveri che fingendosi ricchi si sono alzati i prezzi da soli».

Ma veniamo al punto problematico e centrale di quest'analisi. Il legame fra spazi sociali che insistono e resistono negli spazi urbani, la classe media e la

gentrificazione non si realizza solo nella denuncia dei primi verso i secondi. Da diversi anni moltissimi centri sociali, occupazioni abitative, comitati di quartiere che si dedicano ad attività sociali e politiche nei territori riconoscono la gentrificazione e dichiarano di combatterla. E c'è da dire che lo fanno: il semplice fatto di impedire la speculazione finanziaria di un immobile rappresenta l'opposizione alla gentrificazione. Oppure, il fatto di permettere a famiglie a basso reddito di restare inserite nel tessuto urbano consolidato rappresenta l'opposizione al *displacement* di cui parlavamo sopra. Tuttavia, così come il capitalismo, anche la gentrificazione è predatoria e si basa sulla capacità di recuperare qualsiasi «scarto» e metterlo a profitto. La configurazione fisica di molti spazi resistenti rientra nell'estetica attrattiva dei quartieri gentrificati: i murales che riempiono muri grigi, i mobili recuperati negli spazi aperti a iniziative pubbliche. L'immaginario underground nato come resistenza a un sistema diventa attrattivo per la classe media creativa, quella tendenzialmente più giovane composta di coppie o single, che vede nell'inclusione sociale una bandiera distintiva della propria posizione culturale. Ecco che, a dispetto delle proprie intenzioni, questi spazi rischiano di essere neutralizzati del loro potenziale politico e conflittuale e diventare funzionali alla gentrificazione di un'area rischiando di battersi contro l'allontanamento dei poveri dal centro storico ma contribuendo a produrre le condizioni di quell'allontanamento.

È un crinale, questo, difficile da percorrere e che sembra non lasciare scampo. Mette in crisi non solo l'identità di molti luoghi, ma anche le pratiche che li contraddistinguono, le modalità di stare nei luoghi, di creare alternative rispetto al sistema al quale ci si oppone e che si cerca, dal basso, di cambiare. Da questa riflessione però non possiamo più sfuggire se non vogliamo cedere alla tentazione di creare isole felici ma che non intaccano i processi a cui si vogliono opporre.

Carlotta Caciagli

Il testo è apparso nella sezione [Disurbanità](#) della rivista "[Machina](#)" il 2 marzo 2021. La versione originale si può consultare all'indirizzo:

<https://www.machina-deriveapprodi.com/post/classe-media-creativa-fuori-dai-quartieri>

Note al testo

[1] Smith, N. (1987), *Gentrification and the rent gap*, in «Annual Association of

American Geographers», 77, pp. 462-478.

[2] Hamnett, C. (1991), *The blind men and the Elephant: The Explanation of Gentrification*, in «Transactions of the Institute of British Geographers» 16.2, pp. 173-189.