
Mario Consoli

La crisi dell'uomo nella società dei consumi

Origini della società dei consumi – La società del benessere – La società dell'opulenza e del divertimento – Scomparsa della società agricola e artigiana – Consumi primari e consumi edonistici – L'altra faccia del materialismo: l'opposizione marxista e i sindacati – Un vortice di produzione di massa – Una catena di scelte limitate ed irresponsabili – Il consumismo: una concezione della vita che assorbe l'uomo nella sua totalità – L'esercito dei consumatori – Gli spazi di consumo si allargano – Moda, Marketing. Pubblicità – Risparmio, liquidità, inflazione – Lo sviluppo tecnologico – Problema energetico e inquinamento ambientale – Dalla crisi dell'uomo alla ricerca di una costruzione globalmente alternativa.

Consumismo, inflazione, crisi energetica, inquinamento: argomenti sempre più all'ordine del giorno nella saggistica e nel giornalismo contemporanei.

Si tratta però, puntualmente, di interventi atomizzati e atomizzanti: si considerano gli effetti svincolati dalle cause originali, separati tra loro, sottratti ad un'analisi globale che possa affrontare i problemi nella loro completezza e quindi offrire effettive soluzioni alternative.

Atteggiarsi a critici del consumismo, per poi accettare come scontata ed ineluttabile quella logica della vita, dell'industrializzazione, della massificazione che ha generato la spirale produzioni-consumi, riteniamo a nulla possa servire.

Dibattere e confrontare cifre e statistiche dell'inflazione, per frenarla, per contenerla, senza avere il coraggio di ammettere che la società del benessere e del consumo non può, obbligatoriamente, che portare all'inflazione è sterile, è complice.

Allarmarsi angosciati per l'incombente crisi energetica e cercare trafelati soluzioni immediate, che siano «il male minore», e non domandarsi come l'umanità abbia potuto vivere, costruire civiltà, progredire per millenni, senza bruciare alcuna fonte energetica, per poi, nel giro di soli cento anni, trovarsi nella situazione attuale, è quanto meno da superficiali.

Il dettare leggi antinquinamento, oggi, per curare malanni accumulati in decenni, mentre nuove forme inquinanti si fanno già strada, forse più pericolose delle precedenti, corrisponde all'atteggiamento di chi vuole usare un'aspirina per curare un arto già in cancrena.

Sono tutti argomenti perennemente trattati sotto l'influsso di una legge economica che si dà per irreversibile, obbligata e soprattutto autonoma da un discorso generale sull'uomo e sulla società.

Avvicinandoci a tali argomenti, intendiamo prioritariamente affermare che non è lecito, né giusto sganciare il discorso dell'economia dal discorso dell'uomo e dei suoi valori.

L'economia nasce come strumento dell'uomo, al servizio della sua vita, delle sue costruzioni, e tale deve rimanere.

Negando questa realtà si rinuncia a costruire civiltà ad effettivo benessere, inteso nell'equilibrio materiale-spirituale: si va contro l'uomo.

E con l'economia, anche la tecnologia, lo sfruttamento energetico, lo sviluppo industriale, devono essere considerati e valutati sempre ed esclusivamente quale «mezzo» a disposizione dell'uomo, ad esso subordinati, e mai quale «fine».

Il discorso quindi si amplia, obbligatoriamente, e deve riferirsi a concezioni ideologiche e valori di partenza.

Affermare questo significa anche riconoscere, della crisi che attanaglia il mondo moderno, l'aspetto essenziale e pregnante: crisi dell'uomo, esistenziale, di valori, di rapporti sociali, di idee, di cultura, di creatività.

Crisi espressa in maniera latente, irrazionale, passiva, da enormi masse di automi frustrati.

Crisi da interpretare, da razionalizzare, da ripercorrere in termini chiari, per cercare soluzioni nuove che partano, in un'offerta di alternativa globale, dagli autentici valori umani.

È per questo che cercheremo di indicare, in una veloce carrellata, i vari e numerosi aspetti che riteniamo imprescindibili da una accettabile trattazione dell'argomento.

Comprendere nella sua globalità e nelle sue componenti, quella che chiameremo, per esigenza di sintesi, la società dei consumi, vuol dire anche poter equilibratamente valutare gli innumerevoli effetti che quotidianamente ci colpiscono.

I cenni storici, ideologici ed economici che seguiranno, non vogliono avere pretesa di saggistica, ma ci paiono necessari per evidenziare, nell'accostamento difatti, di idee e di tecniche economiche, i confini di quella concezione di vita che noi vogliamo indicare, nella sua globalità, come causa della crisi che stiamo vivendo.

Origini della società dei consumi

Riteniamo innanzitutto importante ricordare alcune date.

La rivoluzione industriale nasce in Inghilterra nel 1760 e in Europa solo agli inizi dell'800.

Le idee ugualitaristiche, illuministe e democratiche, prendono corpo e sviluppo a partire dalla rivoluzione francese, nel 1789.

La società destinata a divenire il modello del consumismo e del «benessere», quella nord americana, ottiene la propria indipendenza nel 1783.

Nei due secoli successivi, un incredibile vortice di trasformazioni ha travolto la società civile, tale da far apparire quasi impossibile che una realtà così apparentemente irreversibile, possa essere stata determinata in tale breve lasso di tempo.

Un'immediata osservazione: un periodo di soli duecento anni, rispetto alla vita dell'umanità, come può considerarsi obbligatoriamente la strada giusta, la verità?

La rivoluzione industriale nasce solo per la scoperta di nuove tecniche di lavoro e di produzione o anche, e soprattutto, per l'emergere di diverse concezioni di vita, e per l'egemonia egoistica delle nuove categorie capitalistiche?

Certamente l'importanza scientifica delle scoperte e soprattutto la loro quantità, in così breve tempo, ha facilitato il fenomeno. Ma il fatto che l'uomo «inventi» e «progredisca» non è certo riferibile esclusivamente a questi due secoli.

Tecnica e progresso scientifico, in effetti, vengono potenziati al massimo, in una accelerazione crescente, perché trovano un fertile terreno ideologico ad accoglierli. Il capitalismo moderno è un fenomeno di potere e di coinvolgimenti ideologici che la rivoluzione industriale trova già maturo.

Nella metà del '500, infatti, a seguito delle «grandi riforme», in particolare quella di Calvino, prendono piede nuove concezioni che da religiose divengono ideologiche e, nei due secoli successivi, politiche e finanziarie. Vedremo più avanti quale peso ed importanza ebbero nel caratterizzare la formazione della società nord americana.

Calvino, attraverso la dottrina della predestinazione, riconosce nella potenza economica «l'elezione» divina. Partendo da tale presupposto, il successo, il lavoro quale fonte di guadagno e la ricchezza vengono esaltati. Per la prima volta un'autorità religiosa dichiara lecito il prestito ad interesse del denaro, fino allora condannato come usura. Il denaro, così nobilitato, non è più solamente strumento di scambi, ma oggetto esso stesso di commercio e destinato a crescere d'importanza, sino a soppiantare, nella società dei consumi, ogni valore etico e divenire il valore.

La rivoluzione industriale assorbe manodopera dalla campagna e dalle attività artigianali e determina, da una parte, il

nuovo fenomeno della mobilità sociale, dall'altra, una forma di sfruttamento sull'uomo che, nella logica del capitalismo e del profitto, finisce ben presto per assumere aspetti drammatici ed insostenibili.

La rivoluzione francese completa l'opera aggiungendo, ideologicamente, l'esaltazione della ragione svincolata da valori trascendenti e, politicamente, la nascita della democrazia ugualitaria.

Mobilità sociale, sfruttamento del capitale e della macchina sull'uomo, crollo dei valori spirituali, ugualitarismo massificante: concetti essenziali per conservare una giusta ottica all'analisi che stiamo svolgendo.

Mentre tali rivoluzioni nascono in Europa, quella che finirà per rappresentare nella sua completezza il moderno modello della società dei consumi è la società nord americana.

La società del benessere

Nei possedimenti europei d'oltreoceano, destinati a divenire Stati Uniti d'America, agli iniziali coloni si aggiungono, da una parte, diseredati di varie nazioni in cerca di facili ricchezze, dall'altra, profughi politici e religiosi. Un particolare ruolo, tra essi, ebbero i perseguitati calvinisti inglesi (Padri Pellegrini - Puritani - Quaccheri) che imposero la loro leadership ideologica al nascente paese.

Con l'ottenimento dell'indipendenza, la nuova società, sorgendo in terre vergini ed in assenza di contrasti ideologici o religiosi, ha uno sviluppo ben più veloce e continuo di quello che simili tendenze politico-ideologico-finanziarie potevano avere nella vecchia Europa.

Richard Baxter, uno dei portavoce dell'etica protestante, afferma: « *Se Iddio vi mostra un cammino, sul quale, senza danno per l'anima vostra o per gli altri, potete guadagnare in modo legittimo più che in un altro, e voi lo rifiutate e seguite il cammino che può apportare meno guadagno, allora voi vi opponete ad uno degli scopi della vostra vocazione. Voi rifiutate di essere amministratori di Dio, e di accettare i suoi doni, per poterli usare per lui, se egli lo dovesse richiedere. In realtà non al fine del godimento della carne e del peccato, ma per Dio voi dovete lavorare ed essere ricchi* » .

Con tanto di benedizione divina la corsa all'arricchimento si scatena. Il mito di un benessere diffuso e crescente, quale meta di vita, prende forma.

Primi oggetti di tale fenomeno furono il commercio con l'Europa di materie prime e generi coloniali e lo sfruttamento delle vaste piantagioni.

Per tale sfruttamento gli americani si avvalsero della manodopera di schiavi negri *acquistati con denaro* da avventurieri che, per lungo tempo, fecero la spola tra le coste africane e quelle nord-americane.

Ecco esplodere una delle prime conseguenze della nascente «etica» fondata sul denaro. Un denaro che tutto può comprare, anche un essere umano.

Non si tratta di colonialismo, di civiltà in espansione, di stirpi che conquistano posizioni predominanti su altre, si tratta di uno pseudo-razzismo schiavista di comodo ingiustificato ed ingiustificabile.

La presunzione del dollaro di «comperare» tutto e tutti (sino ad oggi cresciuta, certo non attenuata) è arroganza di barbari e predoni che nulla ha, e può avere a che fare con fenomeni di effettiva civiltà umana.

Abbiamo parlato di pseudo razzismo in quanto esso nulla ha a che vedere con il vero razzismo delle disuguaglianze tra le razze, con le valutazioni, slegate da ogni demagogia, di diversità intellettuali, di realizzazioni creative e di civiltà, di valori spirituali e di affermazione umana.

E che non fosse vero razzismo è dimostrato dal fatto che (per motivi, ancora una volta, utilitaristici) si è poi scelto di integrare la popolazione di colore nella società americana e che oggi (per demagogia) si inseriscono negri in posizioni di rilievo nazionale ed internazionale.

* * *

Lo spirito «etico» del capitalismo americano nasce dal desiderio di accumulo di denaro e patrimoni e quindi manifesta, inizialmente, un'avversione ai consumi smodati.

Ben presto però scopre le immense possibilità di ricchezza che l'industrializzazione (e quindi i maggiori consumi) può offrire. Con l'immissione delle tecniche industriali, ad esempio, la produzione del cotone sale dalle 18.000 tonnellate del 1800 alle 109.000 tonnellate del 1820. L'entusiasmo per i risultati ottenuti coinvolge tutti gli altri settori. La produzione deve espandersi: per consentire tale espansione i prodotti vanno venduti sempre di più e quindi il consumo diviene essenziale, va favorito, mitizzato, ingigantito.

La corsa alla ricchezza è corsa al successo, successo economico, divenuto ormai, a livello culturale il valore essenziale e permanente. Chi tale successo non raggiunge è da considerarsi colpevole. Chi è povero è anche meritevole del suo stato. Si accetta in sostanza anche la povertà.

Si comprende come oggi, nelle grandi metropoli statunitensi, all'ombra dei grattacieli, simbolo del successo e della ricchezza, vegeti una massa di sottoproletari emarginati, contraltare scomodo e crescente all'immagine dell'americano medio, esportata in tutto l'occidente.

La società ideale americana diviene la società del benessere, delle comodità, del consumo. Benessere come risultato di una vita dedicata al dio denaro. Comodità quale ricompensa per il proprio successo: una società che rifiuta ogni presupposto etico-spirituale, non può che trovare nelle soddisfazioni materiali una giustificazione alla propria esistenza. Consumo come ostentazione e distintivo del successo ottenuto.

L'acquisizione di denaro dà gioia. E ciò a prescindere dai mezzi utilizzati (si comprende come proprio in America abbiano potuto nascere e giungere a livelli strepitosi, fenomeni quale il gangsterismo).

La perdita di denaro dà sofferenza e depressione. Ad un'etica morale basata su valori spirituali si sostituisce una sorta di etica amorale che si fonda sul dio denaro.

L'antico «decoro» dei ceti borghesi, che era conquista di cultura e faticoso emergere, lascia il posto ad un comfort massificato, sempre disponibile per chiunque possieda denaro.

Il consumo diviene simbolo, si espande quotidianamente, sviluppa una insaziabile sete di beni, la cui utilità risulta sempre più effimera.

La società dell'opulenza e del divertimento

La mancanza di valori etico-spirituali condanna ad una ricerca edonistica crescente.

Si passa da modelli stabili (eroi - religiosi - politici) a modelli rapidamente sostituibili (attori - cantanti - calciatori) sempre facilmente controllabili dalle centrali del danaro.

Tutto viene risolto nella dialettica piacere-dolore, che supera ben presto quelle del giusto-non giusto, vero-falso, umano-disumano. Ed in tale dialettica ogni aspetto della vita che dolore può provocare, va evitato, ignorato.

In una vita dedicata al piacere è un non senso soffermarsi su qualcosa che può comportare sacrificio, privazione, sofferenza. Occorre divertirsi. Sempre. Di fronte ai problemi non è l'individuo che deve preoccuparsi, ma ci si affida, con messianica fiducia, al «sistema» che tutto può e deve risolvere. Divertirsi, non pensarci.

Al di là di ogni previsione prende corpo una umanità opulenta che, posta innanzi ad una tavola riccamente imbandita, scatena la propria ingordigia senza più pudori, controlli, limiti.

Nasce e cresce in macroscopiche dimensioni una società-struzzo che si agita, si arricchisce, spende, consuma.

Quanto ridicoli e insensati appaiono, in questo quadro, i governanti di questi sistemi quando, travolti dai propri stessi errori, con l'acqua alla gola, si rivolgono alla pubblica opinione chiedendo cose come austerità, risparmio, sacrificio!

Scomparsa della società agricola ed artigiana

Riteniamo che sia utile a questo punto evidenziare alcuni aspetti della società soppiantata da quella industriale. Non perché si voglia riproporre modelli di vita del passato come alternativa a situazioni moderne (riteniamo che la storia dell'uomo debba camminare sempre verso soluzioni nuove), ma perché dal confronto può risaltare più chiaramente il crollo dei valori spirituali avvenuto nella società edonistica.

Il modello agricolo nasce dalla esigenza umana di trarre beneficio e sostentamento dalle realtà naturali vegetali ed animali. L'uomo stabilisce la propria superiorità organizzando e programmando la propria attività. Si astiene dal mangiare la totalità degli animali che ha a disposizione per farli riprodurre, ingrassarli ed usarne nel tempo. Semina e coltiva la terra ad intervalli favorevoli, seguendo il ritmo delle stagioni, aspetta il tempo giusto per i raccolti, programma con intelligenza i successivi. Concima la terra che ha fruttificato, per ridare ciò che con la coltura le ha tolto e non bruciare così quella che dovrà mantenersi «fonte energetica» sempre disponibile.

La famiglia è organizzata a livello patriarcale, su scala gerarchica. I vecchi hanno la saggezza della tradizione e dell'esperienza, sono rispettati ed hanno autorevolezza poiché i valori di cui sono depositari, che permeano il lavoro e la vita corale di tutta la comunità, sono appunto dettati dalla tradizione e potenziati dall'esperienza.

Il modello artigianale è rappresentato dall'uomo che impara un mestiere, lo personalizza, l'evolve in senso qualitativo.

L'apprendimento di tali mestieri si svolge attraverso una vera e propria scuola di vita e di lavoro, che dura anni e che porta l'apprendista a conoscere i termini globali della produzione. Anche qui l'organizzazione gerarchica è rigida e garantisce la continuità e il graduale miglioramento del mestiere.

Ha profondo senso e grande rilevanza il costruire qualcosa anche per le successive generazioni ed il produrre anche il «qualitativo», destinato a testimoniare nel tempo la propria esistenza, fuori da calcoli esclusivamente economici.

In entrambi i modelli i bisogni sono in linea con l'equilibrio naturale: i consumi programmati e, di massima, stazionari.

Consumi primari e consumi edonistici

I consumi si possono suddividere in due grandi categorie. Quelli primari, richiesti dai bisogni essenziali dell'uomo per vivere e lavorare: generi alimentari-vestiario-utensili da lavoro. Si tratta di bisogni sempre esistenti, quindi di consumi stabili e duraturi. Nel tempo dovrà durare l'utensile, molte stagioni dovrà durare il vestito, dovrà essere fatta con intelligenza e saggezza la scorta e la distribuzione dei viveri.

Nella società del benessere, la moltiplicazione delle produzioni mette in commercio una serie di beni ben presto superiore a quella necessaria per coprire i bisogni primari.

Nasce così una moltitudine di prodotti che rappresentano un sovrappiù. Per esitarli si impone la necessità di creare dei bisogni aggiuntivi, che richiedano consumi secondari, limitati nel tempo, di rapida fruizione, di sempre maggiore sostituzione.

Nascono così tre ampie categorie di consumi secondari. Una prima, che praticamente tende a sovrapporsi ai consumi primari, sofisticandone gli aspetti e limitandoli nel tempo. Il cibo viene offerto in una gamma di soluzioni incredibilmente vasta, che sostituisce il tradizionale piatto unico, e che supera abbondantemente il necessario. Recenti studi hanno dimostrato quanto deteriori per la salute dell'uomo sia questa eccedenza alimentare.

Accanto agli usuali negozi sorgono i supermercati, dove il consumatore, messo a contatto di una imponente varietà di merce esposta, finisce per desiderare molte più cose, e quindi acquistare molto più di quanto aveva programmato.

Gli abiti vanno rinnovati non più perché consumati dall'uso, ma perché legati alle mode ed a forme di esibizionismo. Il cappotto da rovesciare e la camicia venduta con polsini e colletto di ricambio sono ormai ricordi. Il vortice delle

crescenti produzioni impone che l'oggetto del consumo venga gettato via in brevissimo tempo, per essere sostituito con uno nuovo.

All'antico utensile da tramandare si sostituisce un macchinario tecnologicamente avanzato, destinato ad essere continuamente soppiantato da soluzioni nuove e più automatizzate.

Una seconda categoria di consumi secondari è quella dei comforts. Una volta scattato il meccanismo della vita comoda, le propensioni e la domanda a tali consumi si dimostrano per l'industria un mercato inesauribile. Tutto può facilitare le cose, aiutare a vivere più comodamente, senza fatica; dai grandi elettrodomestici, a quelli superspecializzati: spremiagrumi elettrici, tostapane, scope elettriche, coltelli elettrici, spazzolini elettrici, frullatori, omogeneizzatori, apriscatole elettrici, tritaverdure, pentole a pressione, pentole elettriche, asciugatrici ... L'automobile, già per lo più oggetto di consumo secondario, si riempie di ammenicoli infiniti: accendino, radio, mangianastri, sbrinatori, cambio automatico, ... Una catena di consumi senza fine.

Il consumatore, per avvicinarsi sempre più al mito della vita comoda.

Il produttore, per creare mercati sempre più vasti e rinnovabili, favorendo e creando presso il consumatore il desiderio di possedere le novità offerte.

La terza categoria è quella rappresentata dagli oggetti-significato sociale.

Il meccanismo consumista ha facile gioco, attribuendo ad una vasta serie di oggetti un valore di successo sociale. Il possedere la seconda casa, l'auto lussuosa, il TV color, il motoscafo, la moto di grossa cilindrata, ... riveste quasi sempre un valore ostentativo: più una dimostrazione della propria posizione sociale, che la soddisfazione di un bisogno effettivo.

La spirale di questi consumi, da una parte garantisce all'industria l'aumento della produzione e delle vendite, dall'altra crea nei singoli individui una inesorabile fame di denaro.

Da parte del grande capitale assistiamo a forme di arricchimento esagerate, fiorire di nuovi investimenti, di nuove industrializzazioni, di nuove produzioni; da parte del consumatore assistiamo alla corsa al desiderato facile guadagno, sempre più affannosa, perché il denaro non basta mai.

L'altra faccia del materialismo: l'opposizione marxista e i sindacati

In una società essenzialmente ed unicamente materialista, quale la società dei consumi, le uniche (sedicenti) opposizioni, quella marxista e quella sindacale, sviluppano ugualmente un discorso materialista.

Marx, nella sua analisi della società, è spinto dal desiderio di emancipare le classi lavoratrici dal lavoro, concepito come sfruttamento.

Nella società industriale, dove effettivamente forme di sfruttamento capitalista ne esistono, e moltissime, la protesta marxista prende facile piede ed esplose la lotta di classe. La classe dei poveri sfruttati contro la classe dei ricchi sfruttatori.

Non si contesta però l'aspetto esistenziale, il coinvolgente meccanismo consumista che annulla l'uomo nelle sue qualità migliori, creatività, intelligenza, spiritualità, se ne fa una questione esclusivamente economica.

Accanto alla lotta di classe si sviluppano i sindacati.

La loro azione tende a rafforzare il potere contrattuale della manodopera, alla lunga, dimostrando di accettare appieno tutte le premesse concettuali del potere capitalista. La lotta si effettua sempre su di un piano economico: se l'industria aumenta le paghe, migliora la mensa, diminuisce le ore lavorative, ai sindacati il capitalismo sta bene.

Non si incide, cioè, alle basi del fenomeno che porta allo sfruttamento, si chiedono solamente più soldi: si chiude il

cerchio.

In un sistema che crea consumi in funzione dei profitti, si chiedono più soldi in funzione dei consumi.

Il discorso iniziale della lotta di classe e del sindacalismo partiva oggettivamente da situazioni di bisogni primari insoddisfatti, ma l'errore di accettare, nei fatti, l'impostazione economica del sistema, lo ha condannato ad essere uno degli elementi vitali del sistema stesso.

Nel cerchio della società dei consumi tutti gli elementi vengono in effetti riassorbiti, superando l'iniziale antitesi sindacato-capitale.

Tutti sono chiamati ad essere consumatori.

Consumatore il dirigente d'azienda. Consumatore l'operaio. Mentre tutti contribuiscono alla produzione di beni di consumo, tutti vogliono più soldi per consumare di più. Il conto torna. Si tratta di un ciclo continuo, irreversibile.

Un vortice di produzioni di massa

La produzione del bene di consumo deve essere necessariamente economica e quantitativa. È la qualità del prodotto la prima a risentirne, sia a livello di materie prime, sia a livello di durata nel tempo. L'oggetto nasce per essere riprodotto in moltissimi esemplari tutti uguali, deve quindi essere il risultato di una meccanizzazione assoluta, con tutti i limiti che la meccanizzazione comporta.

Ogni oggetto è massificato. Essendo un prodotto valido solo se vendibile in enormi quantità, deve seguire il gusto della massa, e non delle élites. La ricerca della qualità, dell'artistico, del personalizzato lascia il posto al qualitativamente mediocre, al vistoso. Ai mobili di una volta si sostituiscono i «componibili» tutti uguali, sempre adattabili. Alle case durature, si sostituiscono anonimi condomini. I capolavori letterari lasciano sempre più il posto ai best sellers, meno importanti culturalmente, ma proprio per questo più graditi dalla massa. Anche l'eroticismo perde quanto di raffinato o artistico poteva avere e diviene pornografia commerciale.

Nella società dei consumi la schiavitù dell'utile e della quantità finisce per coinvolgere tutti gli elementi della vita umana, sino ad escludere ogni possibilità di far superare al prodotto il livello, necessariamente mediocre, di una media commerciale di massa. Accade così che coloro i quali, nonostante tutto, cercano qualcosa di bello, di duraturo, di artistico, devono necessariamente rivolgersi al mercato antiquario, pagando, con prezzi folli, lo scotto di chiedere beni di consumo non producibili in serie.

Le attività artigianali, danneggiate dalla logica consumista, scompaiono anche a causa della progressiva dequalificazione della manodopera. Dequalificazione determinata:

- dalla meccanizzazione industriale che non richiede uomini veramente partecipi del fenomeno produttivo, ma automi spersonalizzati;

- dal crollo del valore lavoro, inteso esclusivamente come mezzo per procacciarsi denaro. Una manodopera che al lavoro chiede solo facili guadagni non può qualificarsi in attività che richiedono pazienza e sacrificio.

* * *

La necessità di realizzare un progressivo aumento della produzione implica l'esigenza di limitare sempre di più la durata del prodotto.

Secondo i più recenti dati dell'United States Department of Commerce, negli USA il 90% di tutti i nuovi prodotti scompaiono entro quattro anni dalla introduzione sul mercato.

Un esempio per tutti, il rasoio: da quello a lama fissa, che durava una vita, a quello a lame cambiabili, al rasoio da usare e gettare via.

Prende luce un'altro aspetto della società dei consumi: lo spreco, che non solo è tollerato, ma è favorito, perché aumenta la propensione a fruire di altri beni ed in quantità superiore.

La società dei consumi diviene una società che brucia e distrugge, davanti allo sguardo annoiato e stordito della massa dei consumatori.

* * *

Ci si può domandare come mai, in presenza di una società dei consumi in cerca di sempre nuovi e maggiori mercati, possano sussistere ampie zone del mondo dove si lotta ancora con fame e miseria.

La verità è che il mercato preferito è sempre un mercato utile, quindi ricco, che può pagare. Alla società del benessere non interessa ciò che non può divenire un affare. Il benessere è solo di chi è in grado di stare al gioco. I «prestiti» e gli «aiuti» ai «paesi in via di sviluppo» vengono elargiti esclusivamente quando e dove si ravvisano condizioni favorevoli alla preparazione di nuovi mercati.

Una catena di scelte limitate ed irresponsabili

Da tutto quanto sin qui detto, si evince come lo sviluppo economico nella società dei consumi non segue nessuna programmazione, ma solo l'impulso all'ampliamento delle produzioni nei settori che contingentemente appaiono i più propizi alla vendita dei prodotti. Una catena di scelte frammentarie e non programmate che, alla lunga, fanno esplodere crisi economiche e sociali.

Un esempio da noi, in Italia, è dato dallo sviluppo assunto dall'industria automobilistica, con tutta la catena di scelte secondarie conseguenti. Non si è considerato che la materia prima per l'uso dell'automobile è esclusivamente di importazione (petrolio) e per giunta esauribile. Dopo anni di propaganda tesa allo sviluppo del trasporto privato si è ora già al suo contenimento e se ne teme la paralisi. Dopo aver convinto il consumatore a comperare auto sempre più veloci, vengono ora imposti modesti limiti di velocità che, peraltro, diminuiscono notevolmente l'utilità della rete autostradale, che pur tanti miliardi di investimenti è costata.

Lo sviluppo dato all'industria petrolchimica (materie plastiche ad esempio), che coinvolge tutti i settori delle attività produttive, segue un destino parallelo all'industria automobilistica.

Anche l'uso eccessivo di tecnologia, quando questa non è sorretta da una adeguata politica di ricerca, può essere dannoso. La produzione cade preda delle multinazionali che controllano la tecnologia più avanzata, ed è costretta a subire il dictat dei prezzi e delle scelte tecnologiche, in un ruolo di eterno divario ed obbligata dipendenza.

Altra conseguenza della società dei consumi è lo smodato ampliamento del fenomeno dell'inurbamento.

Città strutturalmente adatte per tre-quattrocentomila abitanti divengono alveari per milioni di persone. I risultati che ne derivano sono notevoli e drammatici: si rendono necessarie sovrastrutture fantascientifiche e costosissime (metropolitane ad esempio); si sviluppa una vita atomizzante ed ossessiva; si determinano situazioni ambientali gravemente insalubri.

L'assoluta mancanza di una programmazione industriale, demografica ed urbanistica, porta ad un incremento della popolazione superiore a quanto la realtà industriale, commerciale e strutturale possa tollerare. con la conseguente formazione di enormi zone di sottoproletariato urbano, logica premessa dell'attuale, pauroso sviluppo dei fenomeni delinquenziali.

Si viene a creare una catena di difficoltà tali da spingere i politici a interventi «tamponi», a rimandare, ad assumere decisioni irresponsabili, limitate ai tempi brevissimi.

Una catena di difficoltà enormi, tutte però facilmente prevedibili, anche se di ciò i politici non si sono mai «fatti carico».

Previsioni che nessuno ha mai pensato di fare proprio perché, nella società dei consumi, le decisioni sullo sviluppo

sono sottratte ad ogni competente programmazione politica e abbandonate esclusivamente alle scelte egoistiche del grande capitale. Una visione economica slegata da ogni socialità e lungimiranza, perché i politici del sistema democratico sono chiamati a governare esclusivamente il contingente, con un'ottica il cui massimo può andare da un'elezione all'altra e perché il cittadino è impedito ad una partecipazione effettiva e globale; deve solo badare a procurarsi del denaro e consumare.

Il consumismo:

una concezione della vita che assorbe l'uomo nella sua totalità

Recenti ricerche statistiche e sociologiche hanno dimostrato come i consumi programmati dall'individuo, sempre meno corrispondono ai consumi realmente poi effettuati.

Questa tendenza (dimostrazione di costante sottrazione di libertà) è provocata, soprattutto, da due motivazioni:

1) programmare il proprio consumo rappresenta la volontà dell'individuo a razionalizzare, a governare la propria vita, e ciò entra in urto con le esigenze produttive della società dei consumi;

2) il meccanismo consumistico individua i consumi nei settori di bisogni secondari, di sempre più aleatoria utilità, e quindi crea situazioni attesa-domanda mutevoli, fluttuanti, legate a varianti psicologico-emotive (moda, etc.).

I consumi, divenuti significato di escalation sociale, si massificano, si uniformano, contribuendo ulteriormente a spersonalizzare l'individuo ed a condizionarlo come consumatore.

I modelli rappresentativi nella società dei consumi non sono identificabili in schemi fissi o riferibili a situazioni stabili: sono diffusi, mutevoli, sostituibili, rappresentati da una vasta fascia di benestanti-dirigenti. Diffusione, mutevolezza e sostituibilità che consentono ai centri economici un progressivo accrescimento di potere e di condizionabilità. L'individuo che vuol fare carriera nel sistema consumistico è costretto ad accettarne tutte le regole, ben sapendo di poter essere immediatamente sostituito con facilità.

Fenomeno comune alla politica, dove frammenti di potere vengono dati a tanti, giacché tanti si sentano importanti, ma nessuno risulti mai il responsabile, quindi difficilmente sostituibile.

Il dirigente, e chi dirigente vorrebbe divenire, finisce per essere obbligatoriamente, oltreché fruitore, un vero e proprio propagandista, entusiasta e trainante del fenomeno consumistico.

La società dei consumi si rivela una forma di tirannide ben più penetrante e globale rispetto alle dittature politiche. Essa coinvolge l'individuo in tutta la sua sfera d'azione. Nel lavoro, nell'organizzazione sociale, nel tempo libero, negli interessi e nelle propensioni esistenziali.

L'individuo che non accetta la regola del consumismo e vuole sottrarsi alla sua spirale, viene emarginato, non solo economicamente, ma anche e soprattutto socialmente. Non è osteggiato solamente dalle centrali economiche, ma anche dagli altri individui, per i quali costituisce un esempio scomodo e fastidioso.

L'individuo che più ne soffre è quello intelligente, capace di conservare autonomia e libertà di pensiero e di programmazione. Contro di esso le coercizioni psicologiche ed il ricatto economico si fanno più pesanti; lo fanno sentire un «diverso», dissociato dalla società in cui vive.

L'esclusiva soddisfazione edonistica contrasta con la natura dell'uomo, portata ad un equilibrio tra il materiale e lo spirituale, ma la società dei consumi, dotata di un enorme potere di distrazione e di stordimento, coinvolge l'individuo in un vortice esistenziale, lo lascia senza fiato e senza tempo di riflettere.

Abbiamo visto come dal consumo in funzione del lavoro si sia passati al lavoro, ed a tutta l'esistenza, in funzione del consumo, che diviene il fatto «etico» della società. Si giunge quindi, sostanzialmente, dallo sfruttamento di una classe su di un'altra, allo sfruttamento di tutto un sistema sull'uomo, che assume una caratteristica sola e pregnante: quella di consumatore.

Valori mitici e strutture della società dei consumi rendono avulso il concetto di soddisfazione da implicazioni ed attese spirituali e creative; lo riducono a pura accezione economica.

La moltiplicazione dei prodotti da vendere crea una moltiplicazione dei desideri di consumare. La soddisfazione per il bene acquisito cede presto il posto alla insoddisfazione per ciò che non si è potuto ancora avere. Prosegue l'escalation ricerca denaro-consumo.

Nasce una nuova forma di povertà (da taluni chiamata povertà secondaria) che condanna l'individuo ad una sostanziale, perenne frustrazione, per il desiderio sempre maggiore di beni.

La vita dell'individuo diventa un'esistenza stressante, invecchiante, alienante. Aumentano, a ritmo impressionante, le cosiddette «malattie moderne»: l'esaurimento nervoso, l'infarto, la gastrite, l'ulcera, la depressione.

Quando l'individuo si rende conto del proprio stato, di come è ridotto e dell'assenza totale di significato della propria esistenza, è troppo tardi, il sistema è già pronto ad emarginarlo come «pensionato» scomodo, improduttivo, scarsamente interessante quale consumatore.

L'esercito dei consumatori

La sempre più facile (e favorita) mobilità tra i ceti e le categorie sociali produce una moltiplicazione delle propensioni al consumo, soprattutto per quanto riguarda il prioritario consumo-simbolo di successo sociale.

Nell'istituto familiare, fondamentalmente scosso nella società dei consumi, si manifesta una marcata atomizzazione dei suoi elementi. La famiglia diviene policentrica, quindi tende a moltiplicare i consumi. I figli si sottraggono all'autorità familiare in giovane età e per loro il consumo autonomo diviene, oltre alla necessità di «vivere» proprie esperienze, una forma accentuata di emancipazione psicologica.

La donna nella società dei consumi lavora. Sono numerose le motivazioni iniziali di questa scelta. Il lavoro femminile nasce come necessità, nella società industriale, a causa di un reddito familiare troppo basso. Superato questo periodo, diviene affermazione di emancipazione, fomentata dalla propaganda femminista.

Doppio risultato di questo fenomeno è rappresentato da:

- maggiore propensione al consumo, determinata dai fattori psicologici «liberatori» di una donna che finalmente può spendere soldi propri, senza doverne rendere conto all'uomo; di una donna che, divenuta lavoratrice, si sente permeata dal diritto di avere ... di comperare ... di permettersi

- maggiore propensione al consumo, determinata dalle aumentate necessità di una famiglia privata della presenza femminile a tempo pieno. La donna che è costretta a cucinare in pochissimo tempo fa uso di prodotti in misura nettamente maggiore e più dispendiosa. Fa largo uso di vivande precotte, di cibi surgelati e pronti, di scatolette. La mancanza di tempo impone l'uso di detersivi efficaci, ma corrosivi per il lavaggio degli indumenti, e provoca la necessità di sostituire abiti e suppellettili sempre più spesso.

Ci si ritrova al punto di partenza. Gli aumentati consumi rendono *effettivamente e definitivamente* insufficiente il reddito dell'uomo al mantenimento della famiglia. La donna è condannata a rimanere la donna che lavora.

Neanche i bambini sono sottratti all'esercito del consumismo. Sono sempre maggiori gli spazi pubblicitari tendenti a fare del bambino un forte potenziale di consumo.

Il calcolo è sottile ed efficace. Il terreno è fertile data la maggiore influenzabilità psicologica del soggetto. Ottima scuola per forgiare nuovi, perfetti, consumatori. Con il bambino non è più la propensione al consumo che si sovrappone ad abitudini o attitudini preesistenti, ma il consumo che diviene abitudine abituale.

È di recente memoria l'aberrante consuetudine di mandare a dormire i bambini «dopo carosello», giudicato, dalla massa, lo spettacolo televisivo per loro più innocuo (!) ed adatto (!).

Gli spazi di consumo si allargano

Astuta e lungimirante tecnica propiziativa si è ormai dimostrata quella di indurre a consumi di per se forieri di successivi, ulteriori consumi.

L'acquisto dell'automobile ne è esempio tipico. L'individuo possessore della vettura si trova ben presto indotto a ricoprirla di accessori, utili o meno; si trova indotto a viaggiare, quindi a frequentare alberghi, bar, autostrade, luoghi di divertimento ... Si trova cioè a scoprire un intero mondo di necessità, sino allora ignoto. Necessità che divengono imperanti, vitali.

Anche il tempo libero, già valvola di salvezza per le creatività represses, si rivela inesauribile mercato di consumi. L'hobby viene facilitato ed ingigantito al massimo attraverso l'offerta di una miriade di prodotti tendenti al «tutto pronto», «niente all'imprevisto», «avevate pensato a questo?». Il risultato negativo è duplice: il tempo libero costa sempre di più, e quindi grava anch'esso nella «quotidiana lotta per il denaro»; l'individuo subisce una ulteriore, pesante privazione di spazi liberi e veramente creativi.

Il consumismo non tarda, inoltre, a condizionare i gusti della massa. Gusti precisi ed individuali porterebbero a scelte programmabili. Tipico l'esempio del tradizionale gusto italiano per il vino ed i suoi distillati, indotto a modificarsi per fare spazio al consumo dei liquori (whiskey ...) la cui gamma si è dimostrata inesauribile.

Va inoltre evidenziato come la moltiplicazione delle necessità, e quindi dei consumi, marcia sempre in senso quantitativo e mai qualitativo. D'altronde è questa la logica conseguenza della visione edonistica della vita. Il prodotto per il piacere e per il comfort fa decisamente scomparire l'appetibilità per il bene culturale, intelligente, di arricchimento spirituale.

Moda, marketing, pubblicità

Superando le strutture etico-morali, garanzia di «costumi» stabili, la società favorisce, anzi programma e determina le mode.

Caratteristiche della moda sono la breve durata nel tempo e la marginalità dell'incidenza nella vita dell'individuo. Una moda stabile o incisiva rischierebbe di divenire costume e, come tale, bloccare il circuito consumista. La moda deve rinnovarsi, magari riproponendo temi già visti, ma deve sempre imporre un immediato futuro diverso dall'immediato passato.

All'immissione sul mercato delle mode risponde un diffuso e generalizzato conformismo nei consumatori.

L'individuo nella società dei consumi, l'abbiamo visto, è un frustrato. Caratteristica dei frustrati è il bisogno crescente di sentirsi in tanti, tutti ugualmente frustrati, insieme. Il conformismo subisce acquiescente le mode, il consumismo non perde l'occasione per sfruttarlo ai propri fini di produzione e di vendita.

Estremo esempio di tale conformismo e di tali mode è il «casual». Da quando le giovani generazioni, in massa, per una illusoria, iniziale voglia di riproporre una «scapigliatura» protestataria, cominciarono a vestirsi con trasandatezza ed incuria, lasciandosi crescere capelli, ed usando gli eskimo al posto dei soprabiti, la moda ha proposto la maniera di vestirsi accidentale. Il casual diviene sempre meno casuale, viene programmato da sfilate e collezioni, si acquista al grande magazzino; l'iniziale «scapigliatura» diviene conformismo a livello generale e già si creano i presupposti per superano.

* * *

Inizialmente le tecniche consumistiche cadevano nell'errore di considerare l'individuo come una «tabula rasa» sulla quale poter tranquillamente edificare tutta la necessaria struttura dei desideri-consumi. Successivamente, ci si è resi conto delle innumerevoli esigenze dell'individuo. L'individuo andava circuito, non violentato, altrimenti si sarebbe potuta determinare una sorta di crisi di rigetto.

Esempio tipico è quello vissuto da una casa produttrice di cinture elastiche. Questa casa, abituata in Europa, da anni,

con successo, ad esporre tutte le proprie cinture in color bianco (per farle risaltare) su un manichino di colore marrone scuro, si avventurò nel mercato americano usando gli stessi espositori. L'insuccesso fu totale e catastrofico. Sociologi locali scoprirono che il colore del manichino era sufficiente, presso l'americano medio, per locali, note situazioni di conflittualità razziale, a bloccare ogni propensione all'acquisto. Bastò sostituire il manichino marrone con uno, identico, ma di colore oro (adatto al gusto appariscente degli statunitensi) per determinare una vorticoso impennata delle vendite.

Le strutture industriali e commerciali incontrano la sociologia e la statistica. Nasce una vera e propria scienza consumistica: il marketing, che, avvalendosi della conoscenza dell'ambiente e della psicologia degli individui, offre al sistema una inesauribile gamma di mezzi e tecniche efficaci.

La ricerca del marketing in Italia si fa per categorie, per zone e per settori. In America si è addirittura giunti ad un'anagrafe consumistica individuale. L'individuo, oltre al martellamento pubblicitario esterno, riceve anche, per posta, o addirittura con visite domiciliari dirette, un pressante invito al consumo, non più generalizzato, ma indirizzato proprio a lui, a misura delle sue esigenze e dei suoi gusti.

Una domanda, puramente retorica, si impone: il marketing indaga sulla effettiva domanda del consumatore, o piuttosto sui mezzi necessari a provocare i bisogni e quindi la domanda?

* * *

Il lavoro di imbonimento pubblicitario, tendente all'incremento dei consumi, trova eccezionale, adatto strumento nei moderni mezzi di comunicazione: i mass media.

È ormai storico l'esempio di Orson Welles che, attraverso una trasmissione radiofonica su una fantascientifica invasione di extraterrestri, scatenò il panico nella popolazione americana.

La suggestione dei nuovi mezzi di comunicazione (cinema-radio-televisione) dimostrava, da subito, di possedere armi nuove: l'immediatezza del messaggio ed il fascino dell'ascolto prima, della visione poi.

In forma meno eclatante di quella usata da Orson Welles, ma certamente assai più sottile e penetrante, l'imbonimento consumista si è impadronito dei mass media, a proprio uso e consumo.

L'antica pubblicità (*comprate questo perché è fatto così e serve per questo*) scopre una miriade di diverse possibilità di penetrazione e suggestione

Si parte dal presupposto che l'individuo che ha fame (bisogno primario) non ha bisogno della pubblicità per desiderare cibo, ma l'individuo che è sazio ha bisogno della pubblicità per desiderare diverso e più sofisticato cibo (bisogni secondari).

La pubblicità, per ottenere il risultato programmato, sfrutta continuamente le propensioni istintive dell'individuo, concatenandole a bisogni nuovi, artefatti, originariamente e strane i alle propensioni stesse.

Gli psicologi della forma scoprono, (e mettono a disposizione della pubblicità) l'influenza condizionante della figura organizzata. La stessa immagine, offerta in diverse combinazioni, può risultare suscettibile di diversi risultati condizionanti.

Al fenomeno di vera e propria illusione ottica si uniscono i condizionamenti psicologici. Attraverso lo sfruttamento della forma organizzata, la pubblicità inserisce il prodotto da vendere in contesti che raramente hanno rilevanza o pertinenza. Ad esempio, un'automobile inserita in un dominante, incantevole paesaggio: l'occhio viene attratto dal paesaggio e solo dopo si sofferma sul prodotto. Ed ancora: la foto di un ambiente caldo, familiare, tranquillizzante, piacevole, dove, in piccolo, su un tavolo, c'è la bottiglia di un determinato liquore.

Acquisita l'organizzazione della forma, le tecniche pubblicitarie sono arrivate a proporre una gamma pressoché infinita di messaggi imbonitori.

Il concetto di forma chiusa . Proporre una scena o una situazione nella quale l'individuo possa ambire ad identificarsi, ponendo, come condizione alla chiusura della forma, il consumo di un determinato prodotto. Si dà, così facendo, l'impressione all'individuo di partecipare al processo decisionale, lasciandogli il «gusto» di chiudere, «lui», con il «suo» consumo, quella «forma».

La pubblicità indiretta : chiedi al tuo uomo di mettere questo profumo ..., di acquistare questa macchina ..., chiedi al tuo papà di portarti in vacanza qui...

La pubblicità dell'assurdo : sottoporre il prodotto in una forma completamente estranea al prodotto stesso, ma che in qualche modo possa interessare o divertire. Ne è esempio quella marca di liquore che da anni propone il proprio messaggio con foto e didascalie stravaganti, vere e proprie barzellette, che il consumatore recepisce come «l'angolo della risata», ma, contemporaneamente, gli ricordano che esiste il liquore in oggetto.

La pubblicità dell'invidia : «Non tutti possono permettersi questo orologio». «Ti piacerebbe avere questa macchina, ma costa troppo»...

La pubblicità erotica : una folla di donnine seminude e provocanti affollano i messaggi pubblicitari, nell'evidente, gratuito intento di richiamare l'attenzione.

La pubblicità dell'esibizionismo : « a te non può certo mancare questo», «con la tua posizione devi ...», «sei un uomo importante, usa» ...

La pubblicità del marchio : propagandare talmente un marchio da farlo divenire immagine di potenza, di fiducia, di affidabilità.

La pubblicità della nostalgia : « il buon sapore del brodo di una volta ... », «gli spaghetti che si facevano in campagna ...», «la pappa che davano le nonne ...»...

La pubblicità dei contrasti : il presentare ad una donna che lavora una ipotetica massaia perfetta, autentico contraltare, che è felice per aver scoperto un prodotto buono, buonissimo, dà una sorta di garanzia psicologica.

Potremmo continuare all'infinito, ma la sostanza è chiara: attraverso il veicolo pubblicitario non è il prodotto, per quello che è, per le sue caratteristiche, per le sue qualità pregnanti, che viene propagandato, ma è un bisogno che viene costruito, una suggestione imposta: una aleatoria forma di felicità da raggiungere.

La continua tensione cui viene sottoposto l'individuo: ho bisogno di... mi piacerebbe ... vorrei comprare ... provoca un'altra, ben più coinvolgente, tensione: devo procurarmi il denaro per ... L'assorbimento celebrale risulta totale, portando l'individuo all'impossibilità di sottrarsi al vortice consumista.

« *La pubblicità è l'anima del commercio* », è un usuale adagio della società industriale, ma sarebbe più esatto dire: la pubblicità è l'anima del consumo.

Altro adagio ricorrente è «*si ha quello per cui si paga*» . La suggestione consumistica può certamente indurre l'individuo a condividere tale affermazione. Ma non è forse, quasi sempre, vero che il prodotto più caro è anche quello più pubblicizzato? E quanto costa la pubblicità? E chi la paga?

In effetti la pubblicità rappresenta un supercosto che grava pesantemente sulle tasche del consumatore. Anche la confezione, per molti prodotti strettamente correlata all'andamento delle vendite, raggiunge costi altissimi.

Spesso il costo della pubblicità aggiunto al costo della confezione supera di molto il valore del prodotto che si vende.

Appare chiaro, una volta di più, a quale «truffa» continuativa viene sottoposto il consumatore, costretto a pagare, oltre alla ingente quantità di consumi di scarsa utilità, anche tutto l'apparato imbonitore della società dei consumi.

Risparmio, liquidità, inflazione.

Inizialmente, l'economia della società dei consumi (risentendo ancora di valori e tendenze dei sistemi precedenti) mostra, ad un aumento del reddito, un incremento maggiore del risparmio, rispetto a quello dei consumi.

Successivamente, a seguito dell'esplosione consumista, si crea un'inversione tra l'incremento dei consumi e quello del risparmio.

Ancora più avanti, con il sorgere dei fenomeni inflazionistici, assistiamo ad una impennata dei consumi corrispondente ad un crollo della propensione al risparmio.

L'evolversi di tale situazione provoca una tendenza all'azzerarsi della linea del risparmio e ad un sorpasso dei valori dei consumi rispetto a quelli del reddito; parliamo di tendenza poiché, ovviamente, questo è il punto finale dell'economia consumistica; l'esplosione di tutte le sue contraddizioni, che, quando si dovessero manifestare in maniera globale, provocherebbero un crack totale ed irreversibile. Tendenza per ora teorica, ma alla quale l'economia occidentale si sta avvicinando a veloci passi.

Vediamo ora alcune delle motivazioni e dei meccanismi che determinano e governano questa realtà economica.

In passato, il cittadino adulto e responsabile identificava la propria maturità con l'astensione dai consumi non indispensabili e la creazione di un fondo-risparmio crescente.

Con l'affermarsi della società dei consumi, abbiamo già visto come la propensione all'acquisto di sempre maggiori beni si faccia imperante, in ossequio alla ragionata lotta al risparmio, messa in atto dal sistema economico.

Si legge in un testo di economia contemporanea: *«un atto di risparmio è una decisione di saltare un pasto»*.

Il risparmio, nell'economia dei consumi, toglie circolazione di denaro e riduce i consumi.

Anche l'introduzione in forma massiccia di forme assistenziali e previdenziali garantite dallo Stato (malattia-infortunio-pensionamento), contribuiscono a diminuire l'indispensabilità del risparmio.

Nella fase avanzata dell'economia consumistica, con il sopraggiungere delle tendenze inflazionistiche, si crea una sfiducia crescente verso la stabilità monetaria. Tale sfiducia provoca, ovviamente, dapprima un rallentamento, poi il crollo della disponibilità al risparmio.

Mentre all'inizio cospicui capitali di risparmio garantivano l'avvio delle attività commerciali e produttive, si passa a basare gli investimenti sui debiti, né il vorticoso aumento del costo del denaro riesce a frenare tale tendenza.

Anche a livello dei consumi si manifesta una situazione convergente. Le propensioni al consumo prosciugano ben presto le risorse effettive del singolo consumatore, e prende forma quella che i sociologi chiamano «socializzazione anticipatoria». Il consumatore spende, per acquistare beni, oltre al denaro che possiede, anche quello che presume di guadagnare in futuro, con cambiali, lasciando conti da pagare, facendo debiti.

Le centrali industriali e del commercio non disdegnano tali situazioni ma mentre si crea il boom del consumo, si manifesta però drammatica la crisi della liquidità.

Poiché un bene diviene mezzo di pagamento quando è accettato comunemente nella pratica degli scambi, si passa velocemente dall'oro alla carta moneta non più completamente coperta dalle riserve auree; dalla carta moneta agli assegni bancari (spesso prodotti da affidamenti degli istituti di credito); dagli assegni alle cambiali, alle tratte, alle ricevute bancarie.

La cambiale, ormai divenuta comune e autorevole mezzo di pagamento, ci fa pensare con un sorriso all'antico ruolo da essa avuto, quale «ultima ratio», per situazioni estreme, che andavano di pari passo con la pistola del suicida.

Si viene a creare una liquidità sempre maggiore, fondata sull'espansione, sulla fiducia, sul giro commerciale.

Tale liquidità crea propensioni, oltre che al consumo, anche agli investimenti e questo crea entusiasmo, sicurezza. E la scadenza inflazionistica (il momento in cui la moneta «ufficiale» comincia a cedere a livello nazionale ed internazionale) che provoca i primi preoccupanti contraccolpi ad una siffatta forma di liquidità commerciale.

Esplode il dramma delle scadenze nel tempo dei titoli di credito, in rapporto al procedere del fenomeno inflazionistico. Si determina così una corsa «cautelativa» che, prevedendo l'inflazione, crea superprezzi, i quali, a loro volta, accelerano ulteriormente il fenomeno inflazionistico.

Si crea una psicosi ricattatoria che non coinvolge solo i consumatori, quali «oggetti» del fenomeno, ma, soprattutto, le centrali del capitale e del commercio: se si fermasse improvvisamente il giro cambiario e creditizio chi coprirebbe tutta la «liquidità» esistente nel circuito economico?

Il condizionamento operato da tale psicosi provoca comunque un aumento delle propensioni al consumo, dei consumi, delle esposizioni finanziarie, dei debiti, del fenomeno inflazionistico.

Recente esempio l'immissione nel mercato italiano del TV color. In una situazione inflazionistica tale «scelta», da una parte, ha favorito l'industria che necessitava di mercati, dall'altra, ha messo in circolo un mare di cambiali. Il «bene» televisore in bianco e nero si è deprezzato istantaneamente, l'economia ha avuto una ulteriore spinta all'inflazione, in certa misura il costo della vita ha avuto una ulteriore spinta al rialzo.

Tipico esempio dove appare la drammatica realtà di una economia atomistica, non controllata, non governata da una supervisione pianificatrice che tuteli gli effettivi bisogni della popolazione e della nazione.

* * *

Soffermiamoci ora su quella che potremmo considerare la tradizionale materia prima italiana: il lavoro.

È la manodopera che, da base di lancio dell'economia industriale italiana nel boom del dopoguerra, oggi sta rappresentando la tipica palla di piombo legata al piede del naufrago.

Non vogliamo, assolutamente, puntare l'indice accusatore contro l'operaio medio italiano, vittima anch'egli, e forse soprattutto, dello sfruttamento consumista sull'uomo.

In un certo senso potremmo anche sorvolare sui sindacati, perché *effetto* e non *causa*.

Quando si vive nell'assurdo e dell'assurdo, prendersela con i frutti malformati della pianta, senza affondare con convinzione ed energia la vanga, per estrarre le radici dalla terra e seccarle al sole, è puerile o, come spesso accade, complice, volutamente complice.

Le vicende occorse alla manodopera italiana coincidono con le vicende della psicosi consumista.

Consideriamo come microesempio, una piccola fabbrica dove gli operai sono abituati, da anni, a svolgere le loro ore lavorative senza sentire particolari bisogni consumistici.

Arriva un venditore (anch'egli fa il suo mestiere, anch'egli deve vivere in una certa logica...) e piazza all'interno della fabbrica una macchina automatica per il consumo di bevande. La presenza stessa della macchina provoca nell'operaio un desiderio (bisogno secondario ma, a questo punto, inconfutabilmente esistente). Dal desiderio, alla propensione al consumo, al consumo. Poniamo, come media, che l'operaio faccia uso della macchina tre volte al giorno. Fissando in centocinquanta lire il prezzo della bevanda, egli avrà speso quattrocento-cinquanta lire ogni giorno; moltiplicato per i venti giorni lavorativi mensili, avrà speso novemila lire. Accade così che il lavoratore, di fatto, a fine mese si trova una busta paga mancante di novemila lire. Scatta il meccanismo rivendicativo. Egli chiederà (per una esigenza a questo punto reale) un aumento salariale, pur non essendo aumentate le proprie capacità produttive.

Si tratta di una catena senza fine che condanna il valore del denaro ad allontanarsi sempre più dal concetto di ricchezza prodotta dal lavoro.

Lo stesso meccanismo scatta con «scala mobile» e «contingenza». L'osservato aumento del costo della vita e del diminuito potere di acquisto della moneta, impone degli accrescimenti generalizzati nel pagamento dell'ora lavorativa. Tali accrescimenti provocano un immediato rialzo dei prezzi, quindi del costo della vita; si creano così le immediate premesse per il successivo scatto di contingenza.

È il trionfo dell'inflazione.

Va osservato, in proposito, come in perfetto ossequio all'etica della società del benessere, mai, in queste sequenze, compaiono le parole «sacrificio» e «senso di responsabilità»

È un dato di fatto inconfutabile che, presso la massa, una volta aumentati i consumi, e quindi ottenuto un determinato standard di vita ed un livello di comfort, la mole dei consumi non tende mai alla flessione, anche in presenza di una reale flessione nel reddito.

E non si dica che il fare tali osservazioni voglia dire prendersela, «come al solito», con i più deboli. A prescindere che è tutto da dimostrare il fatto che le masse operaie, in fatto di conflittualità, siano oggi le più deboli, mentre si analizza il costo della manodopera come realtà «trascinante», appare evidente il ruolo dei centri del capitale come la realtà maggiormente responsabile e «trainante».

Sono loro che, in clima di quasi completa anarchia economica avrebbero anche potuto, in qualche modo, programarsi o favorire una politica economica responsabile, e non l'hanno fatto. Anche loro succubi della logica consumista? Certamente, ma va anche detto, a loro ne sono andati i maggiori benefici.

Ad aggravare pesantemente la spirale inflazionistica dell'economia si aggiunge la politica del deficit statale: la moneta è ulteriormente svuotata di valore reale, il costo della vita si moltiplica in un'escalation irreversibile.

Con il fenomeno dell'inflazione, va denunciato, numerose categorie di persone, favorite da opportune conoscenze, da clientelismo politico, da notizie «in esclusiva», dal controllo del credito e delle importazioni, dalla possibilità di intervenire nel magazzinaggio dei prodotti, immobilizzando (spesso anche per poche ore) «partite» e «ordini» intascano miliardi senza spostare alcuna merce. Non solo si creano arricchimenti ingiustificati ed immorali, ma si diminuisce il potere d'acquisto del denaro, si dà un'ulteriore accelerata al fenomeno inflazionistico.

Questi meccanismi sono destinati ad assumere proporzioni sempre più vaste per il fatto che nella società dei consumi i «passaggi intermedi» si moltiplicano e, con essi, gli aumenti dei prezzi.

Non è infatti umanamente pensabile che, in siffatta società, la gran mole dei prodotti possa spostarsi, piazzarsi e venderli senza l'operato di magazzinieri, di concessionari, di grossisti interzonal, di grossisti zonal e così via.

È chiaro come ad ognuno di questi passaggi la politica del prezzo «cautelativo» produca i propri effetti.

Non ci si deve quindi stupire se la mela pagata dieci lire al produttore arrivi nella borsa del consumatore a duecento lire.

E qui sarebbe interessante parlare dei servizi terziari, della loro organizzazione, delle loro contraddizioni. Basti per ora evidenziare come a monte di ogni passaggio, improduttivo ed inflazionistico, regni la più assoluta mancanza di coordinamento, da una parte regno dell'assurdo e dell'irresponsabile, dall'altra chiara e conseguente risposta ai principi che ispirano e governano la società dei consumi.

Quanto grotteschi, patetici e meschini ci appaiono i governanti delle nostre democrazie consumistiche, novelli «re travicello», che si beano di cavalcare, dopo l'espansione consumistica, oggi, l'inflazione: « *abbiamo contenuto ...*», « *tre*

punti contro i due previsti... »

Sino a quando le risorse della disperazione consumista consentiranno loro di giocare con l'avvenire dell'uomo?

Lo sviluppo tecnologico

Abbiamo visto come le nuove scoperte scientifiche e le moderne applicazioni meccaniche abbiano consentito, unite allo «spirito del capitalismo», l'avvio della rivoluzione industriale prima, il trionfo della società dei consumi poi.

Affermare che quello tra consumismo e tecnologia sia uno sposalizio ben riuscito, ci sembra cosa ovvia.

Come il consumismo, la tecnologia si dimostra mondo autonomo. Un qualcosa di slegato dal cammino dell'uomo, procedente per proprio moto.

Ci sembra indispensabile evidenziare la differenza che esiste tra tecnologia e invenzione scientifica; tra tecnologia, intelligenza e creatività.

Mentre l'invenzione scientifica porta alla realtà della vita qualcosa di nuovo, che tende a modificare e potenziare il dominio dell'uomo sulla natura, sulle cose, la tecnologia tende a sfruttare le invenzioni scientifiche esistenti in miglioramenti successivi che, pur dando continuamente l'impressione della novità, nessuna nuova sostanziale realtà in effetti rappresentano.

Mentre l'invenzione creativa si avvale della matematica come sodalizio di pensiero e concatenazione logica, la tecnologia toglie alla matematica la logica del pensiero e la riduce a calcolo.

Il fatto che la tecnologia tenda soprattutto a potenziare le invenzioni già esistenti è soprattutto favorito dagli interessi industriali e consumistici: mentre la tecnologia consente di sfruttare in maniera crescente gli impianti e le strutture esistenti, l'invenzione innovativa porterebbe a delle ristrutturazioni dispendiose, quindi nocive, nello spirito dell'etica industrial-consumistica.

Mentre si fanno cioè sempre più rare le possibilità realmente innovatrici offerte dalla tecnologia ai sistemi produttivi, il macchinario esistente, per l'immissione continua, sul mercato, di modelli nuovi, tecnologicamente più avanzati, diventa in brevissimo tempo obsoleto, da sostituire, da vendere, pur essendo già costato alte cifre, come ferro vecchio.

L'obsolescenza crea un supercosto di produzione: il macchinario che poteva rappresentare una ricchezza da ammortizzare in lunghi tempi va, ora, ammortizzato in tempi ridottissimi. Il supercosto è, ovviamente, scaricato sul prezzo di vendita del prodotto, quindi sul consumatore, che di conseguenza avrà bisogno di maggiore denaro: il processo inflazionistico continua il suo corso, si espande.

La grande industria pianifica, questa volta sì, l'obsolescenza dei macchinari prodotti per creare un mercato inesauribile.

E non si venga a dire che, così facendo, la tecnologia crea circolazione di denaro; che altrimenti sarebbe impossibilitata a sviluppare il proprio impegno produttivo, a limitare le proprie chances di ricerca: esistono immensi spazi scientifici, interi settori da esplorare e coprire per offrire nuove e migliori possibilità di vita all'uomo.

Basti pensare alla tutela dell'ambiente, al potenziamento delle attività agricole, dell'allevamento (solo metà delle terre coltivabili sono oggi coltivate), allo sfruttamento del mare per fini alimentari (un magazzino quasi inesauribile di risorse e soluzioni), alla ricerca medica, ad una nuova scienza economica che possa dare la possibilità all'individuo di sottrarsi al vortice consumistico, per fargli ritrovare spazi di creatività e di spiritualità.

Problema energetico e inquinamento ambientale

Abbiamo visto come la civiltà agricola non si preoccupi solo di conservare le specie di animali allevate e le colture esistenti, ma anche di garantire l'integrità della terra, restituendo ad essa, attraverso il concime, le sostanze che, con la coltivazione le sono state tolte.

Il raffronto con l'era industriale è lampante e duplice:

- l'industria preleva senza programmazioni e scelte, che non siano dettate dalla legge dell'utile economico immediato,

le energie naturali esauribili per trasformarle in prodotti da consumare e gettare via;

- le sostanze chimiche, i gas bruciati, i prodotti gettati inquinano le acque, la terra, l'atmosfera, con conseguenze che solo ora, dopo disastri incalcolabili, siamo arrivati a constatare.

Possiamo parlare di una società industriale predatrice e irrazionale che soppianta la società umana previdente, riparatrice ed intelligente.

* * *

Il presidente USA Jimmy Carter, tre anni fa, rivolgendosi alla nazione americana affermava:

«Questa sera debbo farvi un discorso spiacevole, relativo a un problema che non ha precedenti nella nostra storia. Se si eccettua la prevenzione di una guerra, questo è il problema più grave che il nostro paese deve affrontare nel corso della sua esistenza. La crisi dell'energia non ci ha ancora sopraffatto, ma lo farà se non agiamo rapidamente... Le nostre decisioni a proposito dell'energia metteranno a dura prova il carattere del popolo americano e la capacità di governare del presidente e del congresso. Questo difficile sforzo sarà l'equivalente morale di una guerra».

I limiti dello sfruttamento energetico sono stati da sempre un fatto prevedibile. L'America è stata ed è il modello trainante dell'era industrial-consumistica. L'accorgersi, solo ora, di questa realtà è gravissima manifestazione di irresponsabilità. Folle e non intelligente si è dimostrata, alla prova dei fatti, la concezione della vita e della società del consumo.

La vocazione del sistema alla irresponsabilità, unita alla psicosi della disperazione, può determinare conseguenze ancor più disastrose: quando le energie si bruciano e le fonti si esauriscono, le energie divengono necessarie in misura crescente, quindi si devono accettare le fonti energetiche possibili anche se pericolose, anche se inquinanti, purché accettabili sul piano dei costi.

Inoltre, quando la fonte energetica tende ad esaurirsi, lo sfruttamento diventa sempre più costoso e questo, oltre al problema di per sé drammatico dell'approvvigionamento energetico, determina recessione e inflazione galoppante che aggravano ulteriormente la situazione.

* * *

Le conseguenze di molti fenomeni inquinanti, nei sistemi naturali, si manifestano di massima con ritardi medi di undici anni.

Questa realtà spiega, in parte, il fatto che solo di recente sia emerso in termini drammatici il problema, e dovrebbe porre gli osservatori in ulteriore allarme, considerando che solo fra undici anni potremo valutare a fondo le conseguenze degli inquinamenti che oggi si vanno determinando.

Conosciamo in merito solo i risultati delle esperienze fatte, che si riferiscono al passato, e solo fantasiose previsioni per il futuro. L'aumento di rifiuti organici immessi nelle acque, ad esempio, ha un effetto catastrofico sulla vita dei pesci: è un dato di fatto riscontrato, ma teorico, impossibile a tradursi in cifre «esatte» relative a *tutto* l'inquinamento prodotto fino ad oggi ed a *tutto* l'inquinamento previsto per il futuro. Nessuno è in grado di stabilire, con esattezza, quanto piombo, quanto petrolio, quanto mercurio, quanti insetticidi, o quante scorie radioattive possano essere assorbiti dalle piante, dai pesci, dagli animali, dagli esseri umani, prima che comincino ad essere interrotti i processi vitali.

Possiamo accettare una «scienza a posteriori» e, per giunta, col ritardo di undici anni?

Ci si rende conto delle conseguenze cui si rischia di arrivare?

Emerge chiara la necessità di stabilire, pregiudizialmente, decisamente, coraggiosamente che, nell'interesse dell'uomo, è l'inquinamento, in assoluto, come concetto e come realtà, che va rifiutato. La politica che vorrebbe solo limitarne le conseguenze è falsa ed illusoria.

Gli inquinamenti invece potrebbero essere sempre evitati a priori attraverso opportuni provvedimenti politici, tecnologici e scientifici.

È solo il *costo* il responsabile dell'inazione. È, ancora una volta, la conseguenza di una errata concezione della vita e l'affermazione di una economia avulsa dalla effettiva realtà umana, politica e sociale. È ancora una volta, la logica economica del minor costo, dell'esasperazione quantitativa del prodotto, a decretare la dequalificazione, ora non solo del prodotto e della società, ma anche dell'ambiente.

È chiaro come non possa mai essere il singolo individuo, novello Don Chisciotte, a risolvere i problemi dell'inquinamento. È sempre il sistema, lo Stato, il governo, o come si voglia chiamare chi è destinato a coordinare e dirigere la vita di una società, a doverne impostare le soluzioni ed imporne il rispetto.

La soluzione del problema dell'inquinamento determina necessariamente un «costo aggiunto» di produzione, e deve essere imposto a *tutta* la produzione, a monte del fenomeno produttivo.

In difetto e, purtroppo, come sta accadendo, il problema, considerato a posteriori (per *risparmiare* il «costo aggiunto»), provoca la necessità di eliminare con un unico intervento, l'inquinamento di decenni, necessità effettiva, ma di impossibile soluzione, sia per motivi di ordine scientifico che economico.

* * *

Sono di attualità le polemiche sulle centrali nucleari. Si discute sui sistemi «da fusione nucleare», sui sistemi «autofertilizzanti», sui loro costi, sulla loro necessità di isolamento, sulla conseguente perdita di energia per la trasmissione alle zone di consumo.

Si discute sul potere inquinante delle scorie radioattive, su come liberarsene, sul cosiddetto «inquinamento termico» (sconvolgimento degli equilibri delle varie forme di vita presenti nei corsi d'acqua; creazione nei dintorni delle città di isole di calore urbano, con conseguenti anomalie meteorologiche).

Potremmo intervenire nella polemica e ricordare quanto poco si parli di energia solare, di energia idroelettrica, di produzione di idrogeno ricavato dall'acqua, di alcoli ottenuti da sostanze vegetali. Si tratta di fonti energetiche riproducibili, non esauribili, non inquinanti.

Ma queste polemiche non riguardano tanto l'uomo quanto il sistema economico che ha creato il problema dell'esaurimento energetico.

Se non avessero avuto il sopravvento, in questi ultimi due secoli, rivoluzione industriale e società dei consumi, oggi nessuno sarebbe portato ad occuparsi di «drammatiche crisi energetiche».

Qualsiasi soluzione del problema energetico che non parta, pregiudizialmente, dal superamento critico della società consumistica e dalla costruzione alternativa di una società che inglobi economia e politica in un unico discorso di interessi e di valori umani, non può condurre ad un assetto sociale accettabile. Da una parte non potrebbe mai risolvere l'equazione «problema dei costi - pericoli di inquinamento» d'altra parte la tentazione di ripetere sfruttamenti di energie esauribili sarebbe sempre presente, per la logica irreversibile degli interessi economici finì a se stessi ed immediati.

Ancora una volta si manifesta l'improduttività dei tentativi di risolvere i problemi della società moderna senza una visione unitaria di essi.

Ancora una volta si impone la necessità pregiudiziale di un discorso alternativo, che parta da un'analisi e da un rifiuto globale, cosciente e responsabile, di *tutto* il sistema: economico, Politico e sociologico.

* * *

Dalla crisi dell'uomo alla ricerca di una costruzione globalmente alternativa

Abbiamo visto come la società dei consumi abbia determinato l'emarginazione dell'uomo (inteso quale somma di valori, di capacità, di creatività, di potenzialità spirituali), dall'arena del reale contingente e costituito.

Il consumismo rappresenta una vera e propria religione demoniaca: allettante e distruttiva, che promette e toglie, che coinvolge ed annienta.

L'uomo è condannato ad uno stato di insoddisfazione permanente che lo lacera e lo distrugge, cui dovrebbe fare da contrappeso una vita vellutata e fiaccante: la civiltà del benessere, del comfort.

Alla società economica dei consumi si affianca in politica la democrazia ugualitaria e massificante, che livella l'uomo e lo sottrae ad una effettiva partecipazione qualificata. Sono le due facce di una stessa medaglia.

Si può senz'altro affermare che senza la rivoluzione francese, considerata nelle sue molteplici conseguenze, la rivoluzione industriale non avrebbe potuto raggiungere i livelli attuali.

Sono stati i «nuovi valori» a dare spazio all'edonismo consumista.

La supremazia incontrastata del «dio denaro», sul piano dei valori e della realtà sociale, non solo è *responsabile*, ma rappresenta anche la *logica ineluttabile* di tutti gli avvenimenti che stiamo subendo.

Come si può, ad esempio, stupirsi della crescente marea scandalistica che conduce persone sempre più «insospettabili» nelle carceri italiane e di altri continenti, con movimenti in entrata e in uscita da far perdere la testa?

Occorre riconoscere che in questo tipo di società non esistono valori capaci di impedire che «l'utile» navighi fuori dal *morale* e dal *lecito*. In clima consumistico le parole *morale* e *lecito* non hanno cittadinanza: hanno perso la sostanza che i valori etico-spirituali potevano determinare, e sono rimaste pura forma, di scarso interesse e, soprattutto, di nessun utile economico.

La regola consumista è l'arricchimento. Ogni mezzo può considerarsi buono. Unico svantaggio le possibili conseguenze giudiziarie. Bisogna quindi essere furbi, e non farsi scoprire (o, piuttosto, rimanere ben agganciati alle clientele

politico-economiche, che *tanto* possono coprire): questo il reale ed obiettivo problema della società contemporanea.

Democrazia e consumismo nascono insieme e divengono due realtà che si integrano e si puntellano a vicenda. Mentre la prima appiattisce l'uomo quale realtà politica, il secondo lo assorbe con la moltiplicazione delle quantità economiche, distraendolo, stordendolo, evirandolo di ogni creatività e volontà di ribellione.

Ne nasce un connubio triste ma penetrante e duraturo, regno incontrastato del mediocre e del furbo.

* * *

Delle crisi che abbiamo visto (crisi economica, crisi tecnologica, crisi energetica), quella che più si qualifica come *la* crisi ed assume i toni più drammatici e disperati è quella esistenziale.

La crisi dell'uomo che non sa più riconoscersi, che non può più vivere secondo i propri effettivi valori, che non riesce più a comprendere quale collocazione sociale gli spetti.

L'uomo, nato per lasciare qualcosa della propria esistenza in dimensione creativa e spirituale, si ritrova annullato nel puro conteggio numerico.

L'uomo, nato per creare, vede progressivamente assorbito ogni suo spazio di autonomia e responsabilità.

* * *

Le grandi civiltà sono sempre state realtà qualitative, mai quantitative.

Si vuol soffocare questa verità contrapponendole un mondo che ha fatto propri *valori* la quantità del reddito, la moltiplicazione dei consumi, l'exasperazione della tecnologia e la mitizzazione della vita comoda.

Nell'ottica sfocata della cultura odierna, ben strani reperti archeologici devono apparire gli stoici, nel loro affermare che l'uomo deve limitarsi nei propri desideri, perché la loro espansione illimitata porterebbe solo infelicità. È addirittura ridicolo, un Plutarco che, illustrando la vita «licenziosa» di Alcibiade, scriveva, con tono aspro e di rimprovero, che il vincitore di Mantinea

«per dormire più comodamente, non permetteva che si disponesse il suo letto sopra il tavolato della trireme, ma faceva togliere le assi e tendere delle cinghie nel vuoto!».

* * *

Mentre la crisi esistenziale dell'uomo appare sempre più evidente e drammatica, le reazioni degli individui risultano larvate, incerte, latenti.

Il pericolo maggiore dei tempi attuali è rappresentato infatti dall'uomo che, oppresso dalla società dei consumi, circuito da comodità e compromessi, da divertimenti e coinvolgimenti economici, in effetti risulta ben meno disponibile alla ribellione dell'uomo che è perseguitato fisicamente.

Se è vero che di smagliature, nel tessuto consumista, ce ne sono state, è pur vero che il sistema ha dimostrato ampie capacità di riassorbirle e di annullarle.

Il sottovalutare tali obiettive capacità ha sempre determinato il fallimento di quanti, sin qui, hanno espresso un iniziale distacco ideologico dal sistema.

Basti pensare alla contestazione del 1968, dove i temi anticonsumistici erano il pane quotidiano: sui muri del maggio francese si leggeva: «*il consumatore è consumato*», «*la società è un fiore carnivoro*», «*l'industrializzazione ci minaccia*», «*consumate di più, vivrete di meno*», «*lavoratori e dirigenti sono bestie da produzione*». Ma che fine hanno fatti tali denunce?

Purtroppo bisogna rendersi conto che le capacità di riassorbimento della società dei consumi sono immense. Potremmo raffigurarla come una piovra dai mille tentacoli. Se l'individuo sfugge ad un condizionamento finisce, inesorabilmente, preda di un altro.

Anche il rivoluzionario ha bisogno, per sopravvivere, di guadagnare, ed il guadagno, in questo sistema, rappresenta il primo patteggiamento, il primo cedimento. Fuori dagli schemi consumistici nulla è possibile; esserne dentro determina, necessariamente, un coinvolgimento ideologico ed esistenziale.

Voluto? quasi sempre no, ma reale.

Anche quanti hanno creduto possibile, uscendo dal legale, conservare per se un autentico ruolo rivoluzionario, hanno fallito: si sono progressivamente distaccati dal reale delle attese popolari, hanno determinato intorno a se un incompienza generale.

Non si può scavalcare di colpo il travaglio dei compromessi, cui tutti siamo partecipi, con atti unicamente distruttivi e di rottura.

Non siamo di fronte ad un'oligarchia ristretta che si sovrappone a tutta una realtà sociale.

Siamo di fronte ad un sistema che si regge su di un potere corruttore e ricattatore diffuso, su di una serie incalcolabile di coinvolgimenti esistenziali e psicologici, cui nessuno, volente o nolente, rimane estraneo.

La soluzione efficace può essere solo quella di un ripensamento capace di percorrere il difficile itinerario dell'autocritica individuale, che diventi costruzione, proposta alternativa responsabile e globale, che possa rappresentare l'interpretazione positiva delle generali, latenti insoddisfazioni.

Il rivoluzionario, in questa società, non può più essere chi tenta solo di sfasciare il costituito, ma chi è disponibile a divenire globalmente cosciente e, (operazione assai più difficoltosa) a spezzare il diaframma che lo separa dai valori del coraggio, della dignità e della responsabilità. Un rivoluzionario disposto ad offrire, con proposte costruttive, una credibilità e a rappresentare la reale volontà alternativa dell'uomo alla crisi.

La società dei consumi, l'abbiamo visto, è società distruttiva, e come tale, destinata alla autodistruzione. Non è prevedibile se gli ostacoli insormontabili, quelli del tracollo, saranno le crisi economiche o quelle energetiche, quelle tecnologiche o quelle politiche. Un intoppo ci sarà: rientra nella consequenzialità della logica. E sarà quello il momento in cui all'uomo, compromesso e coinvolto in una marea di luccichii fatiscanti, la contropartita per il proprio totale sacrificio non sarà più offerta.

Sarà quello il momento in cui l'uomo sarà disponibile per l'alternativa e la costruzione. Per preparare questo punto d'incontro occorre lavorare e solo in questa dimensione si può assegnare alla propria azione contenuti realmente rivoluzionari.

Un'ipotesi fantasiosa: dopo *«proletari di tutto il mondo unitevi»*, *«consumatori di tutto il mondo unitevi»* ? Certamente non in tali termini, ma senz'altro nell'esplosione di questa realtà, il mondo del consumismo riceverà i colpi definitivi.

* * *

Abbiamo visto come il superamento della società dei consumi imponga precisi temi e proposte alternative. A conclusione della nostra analisi, vogliamo delinearne brevemente alcuni aspetti essenziali.

La realtà della società di domani dovrà ruotare attorno all'asse dei valori dell'uomo. Un uomo volitivo, creativo, costruttivo. Un uomo che avrà saputo riscoprire tutte le gerarchie della selezione e dell'intelligenza.

Un uomo non volto al passato, ma anzi pronto a valorizzare gli strumenti offertigli dalla tecnica e dalla scienza per edificare, finalmente sganciato dal metro restrittivo dell'utile economico, un a società giusta, ricca di vera socialità.

È chiaro che non sarà possibile ignorare le realtà contingenti, ma esistenti, prodotte dall'era tecnologica e consumistica: esse, oltre agli errori ed alle incongruenze, hanno determinato delle dimensioni sociali, umane che non si potranno certo cancellare con un colpo di spugna. Ma è altrettanto evidente che la società dell'uomo di domani dovrà poter filtrare, vagliare e determinare, attraverso una attenta e lungimirante programmazione, tutto il proprio sviluppo e tutta la propria realtà.

La società alternativa sarà la società delle intelligenze selezionate, degli impegni responsabili, delle volontà irriducibili di affermazione umana. In tale ottica innumerevoli soluzioni divengono possibili e realizzabili.

Non esisterà più il timore di dover chiudere fabbriche e svuotare interi quartieri di città, perché nuove dinamiche costruttive saranno in cammino.

Conquistata la dignità di soluzioni, a livello nazionale, autonome e libere, saranno anche possibili interventi a livello internazionale, oggi impensabili.

Si scoprirà che una produzione quantitativa può essere sostituita, con vantaggio anche economico, da produzioni qualitative.

Mercati supersfruttati ed esasperati a livello nazionale possono essere alleggeriti con la ricerca di mercati internazionali nei paesi in via di sviluppo.

Senza intaccare la libertà di realizzazione produttiva, una società politica effettivamente selettiva e, quindi, rappresentativa delle competenze, può controllare i settori vitali condizionanti e di interesse pubblico; può determinare,

attraverso una intelligente pianificazione, usando incentivi e opportune tassazioni, sviluppo e riduzione di attività, e giungere a una tutela effettiva delle reali necessità popolari e nazionali.

I concetti di programmazione e di controllo dell'attività economica vanno considerati non disgiunti dall'acquisizione dei valori di competenza, rappresentanza e autorevolezza da parte dello Stato e della classe dirigente politica.

Interventi sull'economia posti in essere da classi dirigenti non competenti, non rappresentative, non autorevoli possono esclusivamente identificarsi con interessi di parte e di centri di potere economico, mai con la tutela delle effettive esigenze popolari.

Appare chiaro, ancora una volta, come ogni intervento radicale a livello economico passi, obbligatoriamente, attraverso la conquista di una nuova società politica.

L'alternativa può nascere esclusivamente da una prospettiva di rinnovamento che comprenda, in un unico armonico, politica ed economia, cultura e società.

Nella dimensione selettiva e costruttiva di tale realtà, la partecipazione politica del singolo sarà garantita dalla struttura meritocratica dello Stato. La selezione meritocratica della società prenderà vita e realtà dalle effettive capacità costruttive dei suoi componenti.

L'errore di fondo nelle affermazioni di molti, è quello di considerare una società che indirizza e programma, necessariamente, come una società coercitiva e restrittiva.

L'analisi che abbiamo sin qui fatto ci ha mostrato quanto invece restrittivo possa proprio essere un fenomeno di atomismo economico, slegato da coordinamenti superiori e competenti. Quanto coercitiva una società basata sull'economia consumistica, nei confronti dell'individuo.

* * *

Nel manifesto del movimento futurista, la cui attualità viene spesso riproposta dalle fonti ideologicamente più eterogenee, si legge:

«Noi vogliamo inneggiare all'uomo che tiene il volante, la cui asta ideale attraversa la terra, lanciata a corsa, essa pure, nel circuito della sua orbita».

Occorre che questo volante, per troppo tempo abbandonato all'egoismo edonistico e all'exasperazione economica, torni a venir saldamente impugnato dall'Uomo.

Mario Consoli