**Siamo di fronte alla fine della Società del Consumo?** di Daniele Grandini

“Covid-19? No grazie, ho preso il Covid-20, l’ultimo modello!”. Dietro a questa battuta, ultimamente spesso sentita, rischia di celarsi una verità molto complessa che riguarda l’evoluzione della nostra storia sociale dagli ultimi 100 anni in avanti. Per dirla con Carlo Sini, filosofo milanese, l’industrializzazione dei primi del ‘900 ha generato il fenomeno del produttivismo esuberante, con la classe operaia da una parte e la medio-alta borghesia dall’altra.

 Questo fenomeno assunse però un non-sense, in quanto ci si rese conto molto presto che è solo la ristretta classe sociale abbiente a potersi permettere l’acquisto delle merci, e a cosa serve dunque produrre tanto? Nasce così l’era della Società di Consumo che ben conosciamo e che ci accompagna tutt’ora. Si tratta di una società che non produce merci, bensì bisogni e desideri di cose futili e induce l’individuo a desiderare beni o servizi proprio nella convinzione che siano la risposta a questi bisogni.

Il consumismo è “quello che ci si mette di fuori e quello che ci si mette di dentro”, sempre per usare le parole di Sini che allude così ad esempi del fenomeno consumistico quali la ristorazione e la moda, che nella sua Milano di 50 anni fa non erano così sviluppati come oggi. Esplode poi il terziario in genere, con tutti i servizi a corollario che conseguono necessariamente questo fenomeno. Succede che il covid ha cambiato le regole del gioco dalla sera alla mattina: con il lockdown improvvisamente si sono delineati i bisogni veri dell’uomo, distinti nettamente da tutto ciò che è “superfluo”. La pandemia ci ha insegnato, per esempio, che tutto ciò che ruota intorno ai settori alimentare e sanitario non può fermarsi, mentre il resto sì. Ne consegue il nostro smarrimento: non eravamo pronti a ragionare così, e soprattutto non siamo mai stati privati della nostra libertà e abbiamo sperimentato cosa significa dover rinunciare ad una delle cose più preziose: stare lontano dai nostri cari, in molti casi purtroppo non poter dare l’ultimo saluto. Siamo stati e siamo letteralmente di fronte ad un fenomeno sconosciuto.

Sorge spontaneo quindi domandarsi se forse stiamo davvero vivendo un periodo in cui la società consumistica sta conoscendo la sua fine? Per fare spazio a cosa? O forse invece è la fine dell’era del consumismo esuberante? Stiamo vivendo una rivoluzione culturale, che nessuno ha scelto o teorizzato, ma è stata dettata da un avvenimento “naturale” e insolito?

Oppure tutto tornerà presto come prima? È forse presto per rispondere, tuttavia è un dato di fatto che dopo il lockdown siamo profondamente diversi: il mondo è cambiato, i suoi orizzonti, i suoi valori. Crisi e cambiamento, sì, ma questa volta il cambiamento non deve essere inteso come un cambio di strategia o mentalità per arrivare allo stesso risultato che si otteneva prima della crisi. Si intende piuttosto che i fini, gli obiettivi potrebbero cambiare, non i mezzi.

In altre parole, non è più necessario ambire ai risultati che si ottenevano prima, con il consumo e il profitto in testa alla piramide dei valori. Gli obiettivi sono cambiati e se vogliamo possono essere molto più in sintonia con i veri bisogni dell’individuo. Molto più facili da raggiungere e alla portata di tutti.

 In conclusione, non sappiamo cosa ci aspetta per il futuro, e questa è solo una possibile chiave di lettura, un’ipotesi per rispondere al naturale smarrimento che è inevitabilmente sorto in ognuno di noi.

Non ci meritiamo forse di tentare una teoria per il tempo che verrà?

* Dans un premier temps faites un **résumé en français** (environ 180 -200 mots).