

# È Natale! Ho comprato...

In questo 2014 in crisi, luci palline e alberi di Natale sono misteriosamente apparsi con larghissimo anticipo. Soprattutto gli scaffali dei supermercati hanno cominciato a straboccare di panettoni e pandori a tutto spiano, in quantità industriale, quasi come dovessimo rifornire un perenne deposito natalizio in caso di guerra nucleare.

Orbene: a parte la normale attesa nell'infanzia, in questi periodi di acquisti compulsivi di massa penso che molti di noi si chiedano: cos'è nato prima, l'uovo o la gallina? Cioè, è un nostro bisogno l'acquisto oppure vi siamo spesso indotti, nonostante le nostre difese e la nostra coscienza sveglia?

Anni e anni fa – si parla della prima metà degli anni '70 – negli istituti a indirizzo commerciale, insegnavano già i primi rudimenti di marketing, molto semplici ma evidentemente molto efficaci: cosa vendere, come vendere, a chi vendere. Assai poco di ciò che “desideriamo” è realmente e davvero un nostro desiderio. Lo crediamo ma spesso non è così. E ci caschiamo tutti perché la “società dei consumi” ha armi molto affilate e sempre più sofisticate.

Ma quel che è peggio, come ormai tutti noi sappiamo, non è tanto l'acquisto di beni, quanto invece, ahimé, l'applicazione a moltissimi altri aspetti della nostra vita e delle nostre scelte del “cosa vendere, come vendere e a chi vendere” . Basti pensare ad alcuni stranissimi cartelloni apparsi anni fa davanti alle nostre case con un bimbo in fasce e una scritta “fozza itaia”... E anche adesso, se non conoscessimo la provenienza degli slogan che escono dal Palazzo del nostro attuale governo, potremmo benissimo sostituire l'oggetto e avremmo efficacissimi richiami per venditori ambulanti di piazza!

Pensando a tutto questo mi sono tornate alla mente due diverse considerazioni:

la prima, lucidissima, straziante – perché una delle ultime – e famosissima, quella di Pier Paolo Pasolini che, profeta nel deserto, ci ammonisce e ci mette in guardia anche se con l'amarezza di chi sa che non sarà ascoltato (nel filmato, oltre alla celeberrima parte già molto diffusa, viene riprodotto il ragionamento di Pasolini nella sua interezza);

la seconda una zampata ironica di Dario Fo e Paolo Ciarchi tratta dal "Ci ragiono e canto" del 1969, sugli effetti spesso irreversibili del consumo "forzato" che ci prese un po' la mano nel periodo del boom economico, tra fine anni '60 e inizio '70...

Pasolini sulla civiltà dei consumi:

Dario Fo e Paolo Ciarchi in *"Ho comprato un frigorifero che si chiama frigidaire"*: