



# Il consumo *consuma.*

## Globalizzazione e principio di unicità.

PAGINA 25

di Silvano Petrosino<sup>1</sup>

(...) a me sembra che il motore che governa l'attuale globalizzazione sia da individuare essenzialmente nella spinta al consumo: la società di oggi<sup>2</sup> è plurale proprio perché governata dalla logica del consumo, o per essere più precisi: la spinta al consumo si fonda su quella logica delle differenze – come si cercherà di chiarire in seguito, su una certa logica delle differenze – che è ad un tempo causa ed effetto della nostra società plurale. E' questo un aspetto della questione che non bisogna in alcun modo sottovalutare: il consumo, più che gestire o sfruttare o adeguarsi alle differenze, in verità le individua e sollecita, configurandosi così come il principale fattore della loro stessa istituzione e valorizzazione; in tal senso – un senso che dovrà essere qui di seguito subito precisato (...) – il consumo è per sua natura «fecondo», «vitale», e non è un caso che esso venga con insistenza configurato con



l'immagine della «spinta». Volendo raccogliere in uno slogan queste iniziali considerazioni si potrebbe così affermare che la nostra è una società plurale proprio perché dominata dalla spinta al consumo e dall'imperativo che la governa: «*Si deve vendere tutto, si deve vendere a tutti*».

(...) Riconosciuta la sollecitazione delle differenze prodotta dalla spinta al consumo è necessario però comprendere meglio la natura dell'apertura prodotta dall'imperativo «*Si deve vendere tutto, si deve vendere a tutti*». Innanzitutto «*si deve vendere tutto*»; si assiste a tale riguardo ad una continua estensione della categoria del «vendibile»: ogni aspetto della vita in generale e della persona umana in particolare viene indagato, senza alcuna esitazione e senza alcun senso della misura, al fine di riconoscere un suo possibile sfruttamento in funzione della vendibilità. Da questo punto di vista, di fronte a quello che appare come un radicale ridimensionamento della sfera del pudore (per vendere e far consumare non ci si ferma quasi di fronte a nulla), non è affatto vero che «oggi» non ci sono più valori, poiché quest'ultimi sono sempre affermati ed anzi altri nuovi di continuo vengono istituiti sebbene solo nella misura in cui tutti si trovano ricondotti all'interno di un unico valore, all'interno di quella autentica pulsione a consumare che rappresenta il vero motore dell'attuale società.

In secondo luogo bisogna «vendere a tutti», cercando di continuo nuovi mercati, *imponendo*, se necessario, il mercato a tutti, interessandosi a ciascuno in quanto ciascuno è un potenziale consumatore. In tal senso la spinta al consumo è astrattamente «democratica»: non c'è uomo che, adeguatamente accostato e preparato, cioè formato/educato, non possa diventare un grande consumatore. Tutti possono consumare, e questo spesso ha significato, e ancor più spesso, penso, presto significherà: *tutti dovranno consumare*.

In terzo luogo, prendendo atto che in verità non proprio tutto è vendibile e non proprio a tutti si può vendere, è necessario isolare, neutralizzare se non proprio eliminare, rinchiudere il «non vendibile/consumabile» all'interno di luoghi il più possibile marginali; è questo il destino, ad esempio, di alcuni sentimenti, delle più profonde convinzioni morali e religiose, degli affetti se si vuole più imbarazzanti, del dolore inconsolabile di alcuni soggetti «sfortunati»: tutto ciò viene relegato nel privato, nel «cuore», nell'ambito notturno e nella marginalità. Il non vendibile/consumabile – nessuno nega la sua esistenza – subisce così ciò che propongo di chiamare un «processo di incistamento»: esso non può essere del tutto espulso dalla vita del singolo e dal corpo sociale, e così rimane al suo interno, ma sempre e solo come separato, reso inattivo, come una ciste isolata dal resto dell'organismo da una membrana che precisamente è una forma di difesa.

All'interno di una simile prospettiva si potrebbe così arrivare a pensare – come talvolta si è anche esplicitamente affermato – che l'educazione più realista e meno ideologica alla differenza, al confronto tra le differenze, è proprio quella relativa al consumo: bisogna educare soprattutto al consumo, bisogna insegnare e imparare a consumare, tutto il resto verrà di seguito.

Eppure – ecco l'altra evidenza che contraddistingue l'attuale società «plurale» – è necessario riconoscere che la spinta al consumo apre inevitabilmente solo a quel tipo di differenza che è conforme alla logica stessa del consumo. Quest'ultimo senza dubbio sollecita l'inter-esse del soggetto, spinge ad entrare in relazione con il diverso, *ma solo nella misura in cui quest'ultimo viene pre-visto o pre-figurato (identificato) come conforme alla legge che il consumo impone*. In altre parole, il consumo si interessa solo al consumabile, e in tal senso esso senza alcun dubbio apre all'altro



ma solo in quanto questi viene «immaginato» come sensibile al consumare; il consumo si inter-essa all'altro solo nella misura in cui quest'ultimo viene identificato come il corrispondente alla logica stessa del consumo: all'interno di una simile logica, dunque, l'altro è sempre e solo – ecco un'evidenza che non ha nulla di naturale ed ovvio – un consumatore (venditore/cliente). Di conseguenza se da una parte la spinta al consumo favorisce quella che può essere definita una forma di «attenzione» o di «acutezza» – dovendo vendere e far consumare ci si sforza di individuare sempre nuovi clienti, così come con insistenza si fa di tutto per prendersi cura delle esigenze di ogni singolo cliente – ,dall'altra parte questa stessa spinta condanna a quella che può essere definita una forma di «distrazione» o di «cecità»: non si vede altro, dell'altro non si vede altro che la sua capacità di consumo, per questo ci si interessa all'altro ma dell'altro non interessa null'altro. In conclusione, la spinta al consumo – la stessa che apre all'altro, che va con insistenza verso l'altro – finisce per coincidere con la consumazione stessa dell'altro nel consumo.

(...) La nostra società globale risulta così contemporaneamente plurale ed omologata, ed anzi si potrebbe arrivare a pensare ch'essa si presenta come plurale proprio perché al fondo è essenzialmente omologata. Riprendendo la concettualità biblica, si può forse riconoscere in un simile processo di differenziazione/omologazione l'antica ed inquietante modalità dell'abitare babelico: tutti insieme, ma sempre e solo perché mossi da un'unica pulsione, da quell'«attività macchinale», per dirla con Nietzsche, che spinge ciecamente verso un'unica città, una sola torre, un'unica lingua, all'insistente ricerca di un solo nome. Forma dell'abitare che Dio viene a scompaginare<sup>3</sup>.

Se dunque non bisogna mai cedere a quella tentazione apocalittica che tende a criminalizzare il concetto stesso di consumo, non bisogna neppure essere così colpevolmente ingenui da credere nelle proprietà «salvifiche» di ogni spinta al consumo; in tal senso, senza cadere in contraddizione con quanto precedentemente affermato, non si può fare ameno di affermare che la nostra non è affatto una società plurale, e che di conseguenza è ancora necessaria, è con ogni probabilità non cesserà mai di esserlo, un'autentica educazione/formazione al dialogo tra autentiche differenze (...) In tal senso si deve opporre all'imperativo più sopra individuato («Si deve vendere tutto, si deve vendere a tutti») l'antica sollecitazione «Andate e moltiplicatevi», riconoscendo in essa non solo l'invito *ad aprirsi a tutti, ma anche, e a mio modesto avviso soprattutto, ad aprirsi al tutto che ciascuna singolarità è*<sup>4</sup>. In termini minimamente rigorosi non si può nemmeno porre la questione di un'educazione al convivio delle differenze al di fuori di questa concezione forte o densa, senz'altro drammatica, della differenza che deve essere pensata fino al culmine dell'unicità: *sforzati di aprirti a tutti (evitando ogni esclusione), ma al tempo stesso sforzati di aprirti al tutto, all'unicità, di ogni ciascuno (evitando ogni censura).*

#### (Footnotes)

<sup>1</sup> La conferenza, dal titolo «Il fenomeno della società plurale: identità e differenze oggi», è stata tenuta l'11 gennaio 2007 nell'ambito del Convegno Internazionale «Nel convivio delle differenze. Il dialogo nelle società del terzo millennio» che si è svolto nei giorni 11-12 gennaio 2007 presso la Pontificia Università Urbaniana in Vaticano. Il testo della conferenza è ora pubblicato in AA.VV., *Nel Convivio delle differenze. Il dialogo nelle società del terzo millennio*, Urbaniana University Press, Città del Vaticano 2007, pp. 25-33.

<sup>2</sup> Mi riferirò esclusivamente all'«oggi» di quel tipo di società che caratterizza ciò che si è soliti definire il «primo mondo», vale a dire una società ad alta industrializzazione ed informatizzazione, con un'economia di libero mercato e con un'elevata capacità di consumo pro-capite.

<sup>3</sup> Per un'analisi più approfondita del grande racconto biblico relativo alla costruzione della

Torre di Babele (*Genesi*, 11, 1-9) rinvio a S. Petrosino, *Babele. Architettura, filosofia e linguaggio di un delirio*, il melangolo, Genova 2003.

<sup>4</sup> P. Beauchamp, commentando l'episodio biblico della costruzione della Torre di Babele all'interno di ciò che definisce il «regime di senso» creaturale, afferma: «(...) la separazione delle lingue è tuttavia associata a un insieme (*Gn*, 10) di disposizioni separatrici inaugurate dal regime imposto ai viventi, uomini e animali, a partire dai figli di Noè. Tutte hanno un'efficacia positiva, benché non possano ancora introdurre alla salvezza (...)» (P. Beauchamp, *L'un et l'autre Testament. 2. Accomplir les Ecritures*, Seuil, Paris 1990, trad. it. di M. Milazzo, *L'uno e l'altro Testamento. 2. Compiere le Scritture*, Glossa, Milano 2001, p. 256).

