

È LIBERTÀ?

Risucchiati da un sistema usa e getta. Visto che il mercato offre mille possibilità di scelta, non è questo il trionfo della libertà, di poter essere se stessi e porsi nella vita come si vuole?

Qui sta la perfidia (= malvagità sleale e ostinata) del vizio. **Illudere di essere liberi** mentre si viene risucchiati da un sistema usa e getta.

- ✓ *Quante relazioni sono vissute come "prodotti" usa e getta.*
- ✓ *Quanti matrimoni, quante esperienze affettive, partite con il vento in poppa verso un amore eterno, sono state consumate, cioè usate e gettate nel giro di poco tempo!*

È questa la libertà che realizza una vita, o non è piuttosto il collasso della libertà! Quanto si può dire libero chi si lascia pilotare dalle mutevoli novità delle mode?

La vita è fatta di valori, relazioni, progetti che richiedono decisioni lunghe una vita. Se, però, tutto ha una data di scadenza ed è tutto consumabile in breve: c'è ancora spazio per un qualche grande progetto da realizzare. Solo davanti ad orizzonti senza limiti di scadenza si può misurare quanto una persona sia veramente libera.

Nel sistema del **consumismo la libertà** è solo un evanescente (= temporaneo) fantasma, **di cui siamo costantemente scippati senza accorgercene:** dolcemente, piacevolmente... **e per di più con il nostro consenso.**

È un caso che nell'epoca dell'apparire e della vuota esteriorità

- ✓ *non riusciamo più a dirci chi siamo?*
- ✓ *In che cosa crediamo? Per chi o perché viviamo?*

Incapaci di darci risposte convincenti, non stupiamoci se **la stessa vita è diventata un "prodotto" usa e getta!**

- ✓ *Perché accanirsi tanto contro il consumismo?*
- ✓ *Perché farne un vizio?*
- ✓ *Non è una ipocrita fuga dalla realtà di questo mondo?*

Non si tratta di fare i moralisti a buon mercato, ma di **criticare per educare.** Il nostro è il tempo – come si dice – dell'emergenza educativa, vale a dire della ripresa critica dei grandi temi dell'uomo **per passare dalla quantità delle cose alla qualità della vita.**

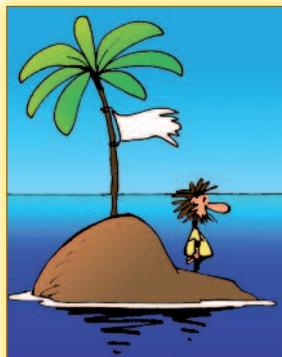
... Perché non iniziare dal Vangelo, la grande Parola di vita per tutti? **educare**

da: SABINO FRIGATO, *Il Bollettino Salesiano*, rivista mensile
rubrica, *Sfide etiche per Ragazzi, Genitori, Educatori*



SCARICA ALTRE SCHEDE DA
www.ilgrandeducatore.com

Coordinamento redazionale di Angelo Santi, ex-allievo salesiano



SCHEDA
49
SMERALDO

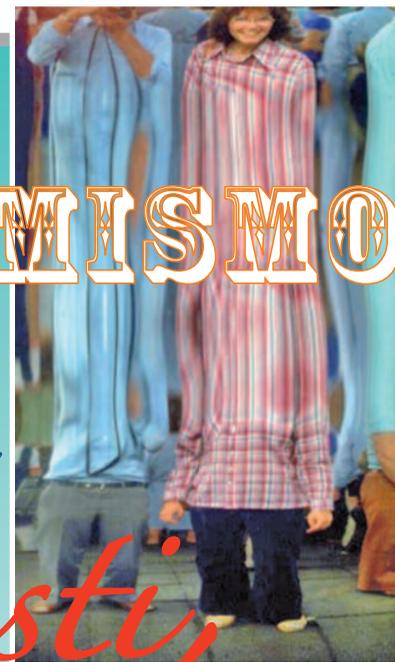
serie **OLTRE I MALI DEL SECOLO**
Dalla tristezza... alla gioia!

Supplemento della rivista "Educatori di vita"
ilgrandeducatore@gmail.com

Un vizio nuovo

IL CONSUMISMO

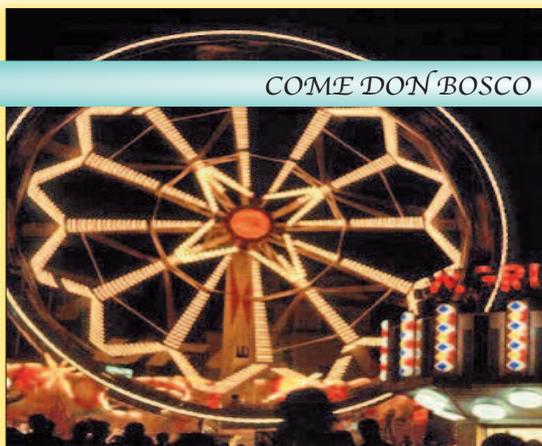
... Sei quella
che vesti,
che mangi,
che mostri!



- ✓ **LA GRANDE ILLUSIONISTA**
- ✓ **IL TEMPO DELL'APPARIRE**
- ✓ **È LIBERTÀ?**

Fotografie e immagini non firmate sono dell'Archivio SDB.
Le foto sono di repertorio e non si riferiscono alle persone di cui si parla.

La società dei consumi ha creato e crea non pochi scompensi... Difficile dire se resisterà e a che prezzo. Ancor più difficile indovinare che cosa potrà succedere al pianeta quando il consumismo sarà globalizzato.



Chi è rimasto ai sette vizi capitali deve aggiornarsi. "I vizi capitali e i nuovi vizi" è il titolo di un interessante volumetto di U. Galimberti, acuto osservatore del nostro tempo, il quale assegna al **consumismo il primo posto di una serie di nuovi vizi.**

Fin da piccoli si cresce in un sistema di vita che inculca voglie, desideri, tensioni ad avere sempre "il più nuovo" per apparire di più.

Si pensa di rendere felice un bambino coprendolo di nuovi giocattoli. Gli adulti, a loro volta, sentono di essere "di più" sfoggiando il modello più sofisticato di cellulare, di computer fino ai calzini più "in" del momento.

Risultato? Case sature di "cose" spesso superflue quanto **inutili.**

Obiezione: come far girare l'economia senza consumare? Ciò che rende il consumo consumismo – cioè vizio – non è l'acquisto di ogget-

ti, fosse anche solo per il piacere di adoperarli, ma averli **con una mentalità nichilista** (= dottrina filosofica che nega la consistenza di qualsiasi valore e l'esistenza di qualsiasi verità).

Nichilismo, una parola grossa per indicare la sistematica distruzione del prodotto "vecchio" per far posto al "nuovo" sentito **quale garanzia di**

- ✓ **identità,**
- ✓ **stato sociale,**
- ✓ **esercizio di libertà e benessere.**

Qui si annida il vizio. Come in quelli più tradizionali, anche in questo caso **il male non sta nel consumo di beni, quanto nello stravolgimento del senso e delle finalità dei beni prodotti:** non più mezzi, bensì fini-status symbol (= condizione sociale) cui affidare la propria autorealizzazione.



LA GRANDE ILLUSIONISTA

È la pubblicità che trasforma i cittadini in consumatori consumisti. Più che oggetti di consumo, propaganda sogni, modelli di vita e tanta felicità! Tutti sappiamo che sono illusioni.

E però, sappiamo anche quanto conta per una ragazza andare in giro con l'ombelico al vento e per un ragazzo indossare pantaloni da clown con le mutandine in bella mostra. E chi riesce a convincerli che sono banalità senza senso?

Ecco il nuovo vizio: suadente, accattivante, ma al tempo stesso dispotico (= tirannico e autoritario): **sei quello che vesti, sei quello che mangi, sei quello che mostri. Il consumismo** incolla l'identità personale e sociale all'ultima moda.

- ✓ *Può una ragazzina entrare in classe con un vestitino semplice, semplice, senza cellulare, senza quel tipo di merendina e con una faccia pulita senza trucco e piercing?*
- ✓ *Quanto resisterà agli sfottò dei compagni di scuola?*

Ne sanno qualcosa i genitori alle prese con le continue richieste dei figli. Resistere o cedere? Un bel dilemma.

Tutti dobbiamo fare i conti con questo fenomeno consumistico che tanto ci ha cambiati. La grande offerta di beni e la possibilità economica di accedervi ha modificato in positivo il nostro tenore di vita, ma anche, e soprattutto, ha cambiato la percezione di noi stessi, delle nostre relazioni e del modo di vivere.

Il consumo a tutta forza produce di continuo "un mondo da buttar via". È il lato nichilista di cui si è già detto. **Le cose non hanno più "un fine", bensì solo "una fine".** Non c'è prodotto senza data di scadenza. Sembra una banalità, ma di fatto viviamo in un sistema fatto di cose evanescenti (= temporanee), durevoli non più di una stagione. Tutto viene consumato in breve tempo, **anche** la percezione di **noi stessi. Siamo diventati "prodotti" senza consistenza.**

IL TEMPO DELL'APPARIRE

Nel tempo del consumismo le identità personali si consumano nel volger di una stagione. È il prezzo dell'apparire ad ogni costo. **Vivere di apparenza significa**

- ✓ *percepirsi, guardarsi, considerarsi con gli occhi degli altri;*
- ✓ *adeguarsi allo sguardo esterno, alle mode, ai prodotti di tendenza diviene essenziale per riproporsi sulla scena di questo mondo in modo interessante.*

Si finisce per vivere come su un palcoscenico rappresentando se stessi, la propria identità secondo **copioni imposti da sempre nuovi "trend"** (= inclinazioni, tendenze). **educare**