

Gli Shoppinati

di Beppe Grillo – Long Island, 5 del mattino, la folla è assiepata davanti alle porte chiuse del grande magazzino, per accaparrarsi le super offerte del Black Friday. Cinque minuti prima dell'apertura prevista, le porte di Walmart crollano verso l'interno sotto il peso della folla. Si riversano nel magazzino a centinaia, uno tsunami di acquirenti isterici travolge completamente gli impiegati, tra cui Jdimytai Damour, un immigrato haitiano che aveva trovato lavoro temporaneo per le vacanze della festa del ringraziamento, è travolto dalla folla e calpestato, calpestato da acquirenti che corrono per entrare nei corridoi. I medici che si precipitano in suo soccorso vengono spintonati e calpestati anche dagli acquirenti. Damour è stato dichiarato morto appena dopo le 6 del mattino. Morì di asfissia, letteralmente calpestato a morte. Nello stesso fuggi fuggi, altri tre sono stati ricoverati in ospedale, tra cui una donna incinta che ha subito un aborto mentre veniva buttata giù dalla folla.

Questo avvenne durante il Black Friday del 2008 a Valley Stream, New York, forse uno degli esempi più brutali dell'isteria dei consumatori di massa.

Quello stesso giorno nella parte opposta del paese, a Palm Desert, in California, una rissa all'interno di Toys "R" Us si trasformò in una sparatoria mortale quando due donne e i loro mariti litigarono per accaparrarsi un giocattolo. Il tutto finì con due morti. Nel 2011, in un altro Walmart a Los Angeles, una donna iniziò a spruzzare pepe contro gli occhi degli acquirenti per acquistare per prima la Xbox scontata.

MORIRE PER LA SMANIA DI ACQUISTO, MORIRE DI CONSUMISMO

Il termine "consumismo" non si riferisce semplicemente a fattori immediati nella nostra vita quotidiana come l'onnipresenza della pubblicità, ma tutto ciò che è collegato

all'idea dominante nella nostra società moderna che per essere persone più felici, migliori e di maggior successo dobbiamo avere più roba.

Anche se quando parliamo di sistema consumistico dobbiamo fare una riflessione, perché la parola *consumare* non ha senso: noi non consumiamo, noi buttiamo via cose nuove.

Fondamentalmente, il consumismo è un modello socioeconomico basato sull'*ingegneria del desiderio*. L'impulso materialista che alimenta il capitalismo è sempre esistito all'interno della psiche umana, ma nei primi anni del 20° secolo, l'industria pubblicitaria ha iniziato a usare tecniche psicologiche per versare benzina sul fuoco del desiderio, facendoci acquistare beni inutili.

Anche se lo scopo originario del consumismo è stato quello di guidare la crescita economica manipolando le persone a spendere di più, si è rapidamente evoluto in uno strumento di controllo sociale.

Tutto iniziò negli anni '20 con un individuo austriaco-americano di nome Edward Bernays, che era anche il nipote del famoso psicologo Sigmund Freud.

Durante la prima guerra mondiale, Bernays lavorò come propagandista per il presidente degli Stati Uniti, Woodrow Wilson, in sostegno dello sforzo bellico statunitense per convincere il pubblico americano (che preferiva l'isolazionismo a intromettersi negli affari esteri dell'epoca) che, intervenendo nella prima guerra mondiale, avrebbero *“portato la democrazia in tutta Europa”* – e chi non ama la democrazia?

Dopo aver assaporato il potere che deriva dal plasmare la percezione pubblica e essere stupito dalla facilità con cui molte persone si fossero innamorate di uno slogan a basso costo, Bernays cominciò a chiedersi dopo la guerra se quelle stesse tecniche potessero essere usate in tempo di pace.

Bernays attingeva alle teorie di Gustave Le Bon, un teorico chiave nel campo della psicologia della folla; Wilfred Trotter, un esperto nel pensiero di massa; e alle tecniche psicoanalitiche di suo zio Freud – che stava diventando una stella all'epoca – usandole per attingere alle menti subconscie e inconsce delle masse. Fu lui ad inventare le pubbliche relazioni.

Lo storico Ann Douglas lo descrisse come l'uomo che *“orchestrò la commercializzazione della cultura”* e ispirò innumerevoli altri professionisti del marketing e psicologi aziendali fino ai giorni d'oggi.

LA TERRA E' PIENA

Viviamo su un pianeta finito, in un paese che consuma molto più del necessario per sopravvivere. Mentre ci lamentiamo della mancanza di un jack per le cuffie del nuovo iPhone, interi villaggi in Africa non hanno accesso all'acqua pulita. Ci chiediamo quali regali comprare alle persone per Natale mentre i bambini yemeniti muoiono di fame. Questa cultura del consumo, del materialismo, del profitto è incredibilmente privilegiata e incredibilmente insostenibile.

Il 12% della popolazione che vive in Europa e negli Stati Uniti, consuma il 60% dei beni del mondo mentre il 33% più povero, africano e asiatico, consuma il 3%.

In una casa media ci sono 300 mila oggetti (dalle graffette all'asse da stiro), e nel Regno Unito un bambino di dieci anni ha in media 238 giocattoli, anche se gioca con 10/12 giocattoli (o con le chiavi dei genitori).

Passiamo in media dieci minuti al giorno a cercare cose che perdiamo: in una vita possono essere 200 giorni persi alla ricerca di qualcosa. Quasi nulla, se paragonati ai duemila che passiamo comprando cose! E' pazzesco.

Rispetto ai nostri nonni oggi possediamo due macchine a

persona, mangiamo il doppio delle volte e godiamo di infiniti altri prodotti che non esistevano: televisori a grande schermo, forni a microonde, dispositivi wireless portatili etc... Ma siamo più felici? *“Rispetto ai loro nonni, i giovani adulti di oggi sono cresciuti con molta più ricchezza, meno felicità e un rischio molto maggiore di depressione e patologie sociali assortite”*, osserva lo psicologo dello Hope College David G. Myers.

IL DISTURBO DA ACCUMULO

Tra le tante patologie sociali ne è emersa una negli ultimi anni denominata “Disturbo da Accumulo o Disposofobia” (Hoarding Disorder). In Italia da 3 a 6 persone su 100 ne soffrono, è un disturbo che coinvolge la sfera psichica e si manifesta nel conservare, accumulare oggetti di ogni genere, senza valore, pericolosi, inutili e antigienici.

Pensate, Andy Warhol ne era affetto, Dante relegò gli accumulatori al quarto girone infernale (quello degli avari e dei prodighi), e i Fratelli Collyer morirono letteralmente di accumulo: uno schiacciato dal peso degli oggetti accumulati nella loro casa, probabilmente crollatigli addosso, e l'altro presumibilmente di fame (si pensa che non riuscisse più ad uscire).

Su Change.org è partita una raccolta firma per la sensibilizzazione sul tema e per far sì che questo disturbo sia riconosciuto a tutti gli effetti. Tutte le info qui.

LA GIORNATA DEL NON ACQUISTO

Proprio oggi è partito il Black Friday, la ricorrenza statunitense che sancisce l'inizio degli acquisti natalizi, con offerte super vantaggiose, e ormai adottata anche in Italia. Ma quello che dovremmo celebrare è il Buy Nothing Day, il giorno del non acquisto: un giorno annuale di azioni e proteste durante il Black Friday per attirare l'attenzione sulla natura distruttiva di questa cultura dell'acquisto e

offrire un'alternativa alla pubblicità, allo shopping e al consumismo insensato. Il Buy Nothing Day si è rapidamente diffuso negli Stati Uniti, nel Regno Unito, in Giappone, in Austria, in Israele e ora include la partecipazione in oltre 65 paesi in tutto il mondo. Tutte le iniziative le trovate qui.

Concludo con questo articolo di Goffredo Parise, già pubblicato tempo fa sul Blog, augurandovi un buon giorno del non acquisto! Ricordate, Il rimedio è la povertà.