



Consumi

L'american way of life resterà solo un ricordo del passato

■ di GIAMPAOLO FABRIS

I declino dell'american way of life - il modello su cui si è plasmata la struttura dei consumi in gran parte del mondo - è ormai sotto gli occhi di tutti. McCain, che pur dovrebbe esserne un autorevole sostenitore, si è appena espresso in termini assai drastici al proposito: il modello di vita americano, ha detto, è in profonda crisi. Del resto non c'era bisogno dell'avallo di uno dei due contendenti alla Presidenza, perché le evidenze che ci giungono dagli Stati Uniti sono assai esplicative al proposito. La visione ricorrente dei notiziari che si aprono con il succedersi di case con il cartello "(s) vendesi", così come le fabbriche di Detroit (Gm, Chrysler, Ford) vicine al collasso - una casa confortevole, l'auto di grossa cilindrata, un accesso che pareva illimitato al credito hanno stereotipicamente costituito i cardini di quel modello - non segnalano soltanto una congiuntura economica avversa. Così come il crescente disagio di quella middle class affluente che si era orgogliosamente posta, con i suoi consumi, come modello aspirazionale da imitare per gran parte del mondo. Un modo di vivere che appariva doveroso/virtuoso raggiungere a livello planetario. E' una intera proposta di civilizzazione, sia pure sub specie del consumo, a perdere di legittimazione.

Una delle icone che in questi giorni gira più spesso in rete in quel Paese è una lapide mortuaria corrosa dal tempo con

*Dalla tempesta
una prima certezza:
il tenore di vita atteso
per i prossimi anni
sarà di un livello
inferiore ad oggi*

inciso "i vecchi tempi". L'american dream - dove chi nasce povero non è costretto a trascinare miseramente la vita in questa condizione, dove ai meriti corrispondono i compensi, dove il lustrascarpe diviene miliardario - mostra la corda e, forse, non sarà nemmeno l'elezione di un Presidente nero a rilanciarla. Nei giorni scorsi Usa Today riportava con evidenza i risultati di un'indagine di opinione dove si prevede, per il futuro, un tenore di vi-

ta che non potrà mai eguagliare quello del passato. Gli Stati Uniti sono e restano un grande Paese e gran parte dei valori di fondo mantengono il loro appeal ma è la sua struttura dei consumi a perdere gran parte della sua capacità attrattiva. Che era rimasta intatta anche quando "Yankee go home" o "buttiamo a mare le basi americane" erano gli slogan abituali nelle piazze e gli Usa indicati come il capitalismo sfruttatore da abbattere. Perché le olografie delle famigliole felici nel giardino dietro casa, con il barbecue e la Coca Cola; l'auto con le "pinne" nel garage davanti a casa; il frigorifero strapieno di alimenti con cromie scintillanti; i corpi belli, abbronzati e vitaminizzati in vacanza fra sabbia e palme hanno rappresentato un modello troppo irresistibile per rinunciare in favore dell'ideologia politica. Un cliché d'accordo: ma l'impatto sul resto del mondo era stato dilagante.

Il rapido declino di questo modello non potrà non riflettersi anche sullo "standard package" dei consumi dei Paesi occidentali compreso il nostro. Duramente colpiti dalla crisi economica e orfani adesso del modello a cui si erano ispirati. La perdita di egemonia culturale rende il re nudo e, come sempre accade in questi casi, fa ridere e si è particolarmente severi nei suoi confronti. Per anni si era finito per sottovalutare la insostenibilità ambientale di un modello che

consuma risorse naturali largamente superiori a quelle che la natura è in grado di reintegrare, di appropriazione ingorda di quelle che sono in fase di esaurimento. Così come le origini della affluenza costruita sulla pelle di vaste aree del mondo. Forse, adesso, anche i tratti patologici della nostra struttura dei consumi diverranno più trasparenti riscoprendosi, complice la crisi economica, nuovi modi di vivere. Più coerenti con le risorse economiche di cui disponiamo, difficilmente ipotizzabili in rialzo; più compatibili con un'inedita attenzione all'ambiente e alla blogosfera; più in armonia con le tradizioni del territorio, della storia, della cultura materiale elaborata in tanti secoli. Più in grado di riflettere il genius loci. Una crisi grave, quella dei consumi che si somma per la prima volta a quella del modello che l'aveva ispirata. Una crisi che potrebbe anche evolvere nella necessità che diviene virtù.

