



Consumi

La crisi sta restituendo la voglia di reagire come nel dopoguerra

di GIAMPAOLO FABRIS

A prima vista il 42° rapporto Censis non rileva molto di nuovo rispetto alle tante indagini che si sono succedute negli ultimi mesi. Che riflettono un Paese impaurito - Censis parla addirittura di panico - un profondo senso di disagio e di incertezza per il futuro, preoccupazioni per l'occupazione e il reddito.

Ci sono però dei segnali di novità che il Censis intravede in uno scenario tanto cupo. Devo premettere che considero Beppe De Rita uno dei più acuti osservatori ed interpreti del Paese anche se, come ricercatore sociale, mi sono trovato spesso in disaccordo con le sue analisi. Troppo ideologiche, troppo riconducibili alla cultura e alla visione del suo autore. Questa volta riscontro una singolare analogia con le evidenze che vado raccogliendo da tempo nel corso di indagini. Evidenze ancora minoritarie ma convergenti nell'indicare un nuovo stato nascente di valori, comportamenti, stili di vita.

E' come se fosse scattato un campanello di allarme, un caveat collettivo sulla convinzione dell'insostenibilità - economica, sociale, ambientale - dei modelli di consumo sinora perseguiti. Ed anche la determinazione a venirne fuori.

Vanno emergendo nuove scelte di consumo - sia pure indotte dal minor reddito disponibile che ha però provocato una sorta di effetto maieutico - di cui non si percepisce sempre la struttura latente, la loro coerenza interna, i nuovi stili di vita che inducono. Più spesso, invece, generano nuove consapevolezza, una nuova coscienza critica. Che non producono depressione o frustrazione bensì un significativo aumento di autostima, di percepito benessere.

Il taglio ai budget familiari sempre più spesso non è subito come peggioramento ma come una spinta verso nuovi stili di vita

De Rita osserva come "le difficoltà che abbiamo di fronte possono avviare processi di complesso cambiamento. Attraverso un adattamento innovativo possiamo spingerci verso una nuova metamorfosi dopo quella tra il '45 e il '75 che forse è già sostanzialmente in atto". Una provocazione parlare di un possibile effetto boom in una situazione tanto depressa? Non credo: se per metamorfosi si intende un risveglio e una nuova progettualità del Paese, la drastica presa di distanza rispetto alla morta gora verso cui stavamo procedendo. Nei consumi i segnali di discontinuità col passato sono numerosi. Molti Italiani hanno potuto verificare che una contrazione nei consumi, una maggiore oculatezza nello spendere non ha significato una penalizzazione della loro qualità della vita. Non vi è niente di ideologico in questo: soltanto una pragmatica constatazione. Un esempio recente: le difficoltà contingenti costituiscono per molti un comodo alibi per potersi parzialmente sottrarre alla coazione dei regali natalizi.

Sul versante dell'economia, a fornire una base strutturale a questo scenario, oltre a quelle imprese che mostrano già adesso grande capacità di adattamento al nuovo non mancano energie, capacità imprenditive, creatività per una graduale riconversione verso nuovi modelli produttivi. Che non confliggano più con le risorse disponibili, con la creazione di un reale benessere, con un rapporto di servizio, e non prevalentemente strumentale, con la società. Vi sono ampie, amplissime aree di bisogno, adesso non saturate, verso cui potrebbe rivolgersi il mondo dell'offerta. Ed anche la possibilità reale di indirizzare il grande serbatoio del risparmio privato verso nuovi investimenti sicuri, socialmente utili e remunerativi. Accanto ai tanti mondi vitali delle piccole e medie imprese, dei distretti, delle tre effe (fashion, food, furniture), della metallurgia vi sono altri soggetti - le donne, i migranti, le élite creative, chi ha optato per diversi stili di vita - che possono costituire validi partner per inoltrarsi verso nuove strade. Il neo presidente Obama che progetta importanti interventi nella sfera pubblica - che non abbiano soltanto un riflesso roosveltiano/congiunturale - è un esempio da non ignorare. Se in luogo dei continui appelli all'ottimismo, alla ripresa dei consumi si avesse una maggiore disponibilità a recepire i nuovi segnali forse questa crisi potrebbe essere davvero l'occasione per indurre processi di rinascita non solo economica. Una nuova proposta di civilizzazione, un nuovo ethos collettivo come avvenne negli anni Cinquanta: che veda ancora una volta protagonisti i tanti Lebenswelt che animano il Paese.

