

 Editoriale

Black friday e religione del consumo

# COME BENI SENZ'ANIMA

LUIGINO BRUNI

A ffinché in una civiltà (in declino) una nuova religione possa subentrare a quella esistente, deve lavorare sulle feste. Occupare e "ribattezzare" le vecchie feste popolari, lasciare la data e qualche volta il nome e cambiarne il significato – con l'avvento del cristianesimo, il romano *Sol invictus* divenne Natale, le Ferie di Augusto (Ferragosto) divennero l'Assunta, il culto dei morti fu Ognissanti... E poi, come secondo atto fondamentale, occorre introdurre nuove feste per celebrare lo specifico del nuovo culto. Il *black friday* riunisce in sé queste due caratteristiche: è una festa specifica del culto capitalistico-consumista, ma è agganciata ad una festa della religione precedente, il *thanksgiving*, di cui sta prendendo il posto (il *black friday* è nato quasi un secolo fa come il giorno dopo il Ringraziamento, ora il Ringraziamento è diventato la vigilia del «venerdì nero»). La religione capitalistica sta dunque facendo col cristianesimo quello che questo aveva fatto in Europa con i culti romani e indigeni.

---

*continua a pagina 3*

Dalla prima pagina

## COME BENI SENZ'ANIMA

Prima ha occupato le feste cristiane e ora ne sta introducendo di nuove. Tra queste la più potente è quella che si festeggia oggi in tutto il mondo, in tutte le latitudini, da uomini e donne, bambini e anziani, che oltrepassa le barriere culturali e politiche. La promessa della salvezza eterna del cristianesimo è stata sostituita dallo sconto. Una piccola salvezza, ma molto più a portata di mano e concreta del paradiso e del purgatorio. Salvezza universale per tutti, molto cattolica e poco protestante, perché qui ci si salva solo con le opere, non serve la fede. Quest'anno, poi, il *black friday* ha introdotto anche la novità dell'avvento (o della quaresima), come si conviene alle grandi feste comandate: due settimane di offerte – si noti la parola religiosa – per prepararsi spiritualmente al grande ultimo venerdì sacro del mese, quando le offerte saranno perfette, e perfetto il culto.

E così, dopo due millenni, il post-cristianesimo si ritrova dentro una nuova religione pagana, molto più simile ai culti cananei che alla civiltà del trionfo della ragione illuminista. Eppure prima Marx, poi Benjamin – entrambi ebrei ed esperti di religione e di idolatria – ci avevano avvisato che la forza del capitalismo si trovava proprio nella sua natura di nuova religione senza metafisica, di religione di puro culto. Ma noi non li abbiamo ascoltati.

È stato sufficiente l'arco temporale di una vita (mio padre è nato in un mondo e morirà in un altro) per cancellare dall'anima collettiva occidentale l'eredità classica e cristiana. Tutto quel patrimonio morale, quella

cultura nata dall'impasto di etica greco-romana, biblica e cristiana, è stato spazzato via in pochi decenni. La stessa Chiesa, e in generale le grandi religioni, non se ne sono accorte, certamente non se ne sono accorte abbastanza. Hanno profondamente e gravemente sottovalutato quanto stava accadendo nell'anima collettiva dell'Occidente. Nell'universo religioso è mancata una coscienza critica attenta, un pensiero abbastanza profondo per capire che sul crepuscolo del secondo millennio stava avvenendo un cambiamento davvero epocale e definitivo.

Le Chiese erano troppo occupate a combattere con le loro ultime forze intellettuali i residui di comunismo, di ateismo e di relativismo, alleate quasi sempre con i difensori dell'eredità sbagliata del nostro passato, e così non si sono accorte che mentre combattevano queste battaglie minori e spesso inutili, il consumismo, cioè la versione che il nichilismo ha assunto dentro la forma di vita capitalista, stava occupando completamente le anime della gente. E lo ha fatto nel modo più radicale, riempiendo le anime di cose, occupando con le merci tutto lo spazio interiore dove si coltiva ogni spiritualità autentica e quindi non commerciale.

Nabucodonosor è tornato, ma per conquistarci non ha avuto bisogno di assediarci, perché gli abbiamo spalancato

le mura della città e la porta del santuario. Siamo già in esilio lungo i fiumi di Babilonia, ma crediamo che siano i fiumi delle vacanze esotiche o le terme delle SPA. Siamo già dietro le nuove processioni del dio Marduk ma crediamo ancora di portare in spalla il baldacchino del Santo patrono della festa del paese.

Pierpaolo Pasolini è stato tra i pochi inascoltati profeti laici a cogliere l'essenza del grande mutamento spirituale operato dalla civiltà dei consumi: «Nessun centralismo fascista è riuscito a fare ciò che ha fatto il centralismo della civiltà dei consumi. Il fascismo proponeva un modello, reazionario e monumentale, che però restava lettera morta. Le varie culture particolari (contadine, sottoproletarie, operaie) continuavano imperturbabili a uniformarsi ai loro antichi modelli: la repressione si limitava ad ottenere la loro adesione a parole. Oggi, al contrario, l'adesione ai modelli imposti dal Centro, è tale e incondizionata. I modelli culturali reali sono rinnegati. L'abiura è compiuta» ("Corriere della sera", del 9 dicembre 1973).

Il primo dogma della nuova religione è un consumo assoluto, senza se e senza ma. La società tradizionale aveva posto il risparmio al centro dell'economia. Saper risparmiare, non spendere tutto il reddito, era stata considerata fino a ieri la virtù economica più importante, e sprecare soldi in acquisti non necessari il principale vizio

La promessa della salvezza eterna del cristianesimo è stata sostituita dallo sconto. Il primo dogma della nuova religione è un consumo assoluto

delle famiglie. Anche perché il risparmio diventava, grazie alla mediazione delle banche, investimenti delle imprese e quindi lavoro. Il nuovo culto ha trasformato le virtù in vizi e i vizi in virtù, e le banche hanno iniziato a fare altro con i nostri risparmi. E ora i governi, le istituzioni economiche nazionali ed internazionali sono sempre più preoccupate perché le famiglie non consumano abbastanza, perché non stanno traducendo tutto il nuovo reddito della debole ripresa in consumi. Tutti al-

larmati e scandalizzati perché le famiglie, dopo questi quasi due anni di paura e di terrore senza precedenti, stanno mettendo da parte qualche risparmio. La prudenza da virtù cardinale è diventata vizio capitale. Perché chi non consuma tutto il reddito non rilancia i consumi e blocca la crescita. Risparmiare è il nuovo vizio pubblico, che frena la virtù privata del consumo.

Come se il consumo fosse tutto uguale, come se i beni fossero tutti uguali, come se non ci fossero beni privati, beni pubblici, beni comuni, beni meritori, beni relazionali, beni spirituali... Non deve allora stupirci se nelle liturgie comunicative del *black friday* non vi sia alcun riferimento alla qualità dei consumi, nessun cenno a quali prodotti acquistare; nessuna parola sugli aspetti ambientali, sull'impatto di quei consumi scontati sul pianeta. Come se non avessimo appena avuto il sostanziale fallimento della Cop26, come se le ragazze e i ragazzi da anni non ci stessero chiedendo di cambiare consumi e stili di vita, come se non ce lo chiedesse la Terra, come se non ce lo chiedesse Francesco. Come se questa quantità e questa qualità di consumi non fossero da troppo tempo insostenibili, sbagliate, irresponsabili. Come se i beni non avessero un'anima.

**Luigino Bruni**

© RIPRODUZIONE RISERVATA