

## **LA “SMANIA COSMICA” DI PRODUZIONE E CONSUMO**

### **Dalle intuizioni di Pasolini allo sviluppo di una politica europea di produzione e consumo sostenibile (SCP)**

*Alla radice della questione ambientale contemporaneo: le riflessioni di Pasolini sulla “metamorfosi antropologica” che ha generato l’uomo “edonista e consumatore”, le sue conseguenze devastanti sull’ambiente, i tentativi di definire una seria politica di sviluppo sostenibile.*

di Pierluigi Adami

## INDICE

LA “SMANIA COSMICA” DI PRODUZIONE E CONSUMO .....	1
Dalle intuizioni di Pasolini allo sviluppo di una politica europea di produzione e consumo sostenibile (SCP).....	1
La “metamorfosi antropologica” degli italiani.....	3
Gli anni del boom economico.....	5
Nascita di un nuovo Potere transazionale.....	7
La metamorfosi si e' compiuta: edonismo di massa.....	9
Il “male oscuro” e la smania cosmica.....	11
Dall'edonismo alla “nuova alleanza”.....	19
Dalla teoria all'intervento.....	21
<a href="#"><u>Il settore trasporti.....</u></a>	<a href="#"><u>22</u></a>
<a href="#"><u>Il settore agricolo e alimentare.....</u></a>	<a href="#"><u>24</u></a>
<a href="#"><u>Il settore delle costruzioni.....</u></a>	<a href="#"><u>25</u></a>
<a href="#"><u>Nuove tecnologie e Informatica al servizio dell'ambiente.....</u></a>	<a href="#"><u>26</u></a>
Prodotti Ecolabel e politica europea SCP.....	28

## ***La “metamorfosi antropologica” degli italiani***

Già nel 1973, con l'intuito dei grandi, Pier Paolo Pasolini aveva notato quello che stava mutando nella società italiana, prevedendo in dettaglio, con straordinaria lucidità, quello che poi sarebbe accaduto nei decenni successivi: la progressiva assimilazione della classe operaia e contadina, e della cultura popolare, in una nuova classe borghese “universale”, rivolta ad un modello edonista della società, basato esclusivamente sul *consumo di massa*. In questo saggio cercherò di analizzare come la “metamorfosi antropologica” degli italiani descritta da Pasolini rappresenti anche l'inizio di una serie di comportamenti collettivi che hanno contribuito, non solo in Italia ovviamente, a creare la “questione ambientale” così grave e ormai sentita da tutti al giorno d'oggi.

Scrivendo Pasolini nel 1973:

(<sup>1</sup>) “(La cultura italiana) viene distrutta dalla nuova cultura di massa e dal nuovo rapporto che la tecnologia ha istituito - con prospettive ormai secolari - tra prodotto e consumo; e la vecchia borghesia paleoindustriale sta cedendo il posto a una borghesia nuova che comprende sempre di più e più profondamente anche le classi operaie, tende finalmente alla identificazione di borghesia con umanità. (...)”

Questa nuova borghesia, che nella metamorfosi, secondo Pasolini, ha perso sia i valori culturali delle classi popolari, sia i principi della vecchia borghesia tradizionalista (Chiesa, Patria, Famiglia, Ordine), è rimasta così priva di appigli ideali e in preda ad un individualistico *edonismo*. E' nata l'epoca del *consumatore*.

Pasolini sente che questa nuova epoca non gli appartiene: lui, nonostante le apparenze, è profondamente legato ai valori tradizionali, alla Chiesa, alla cultura contadina; a un mondo, insomma, che egli stesso percepisce come in via di estinzione. Della modernità del mondo nuovo, con grande preveggenza, lo spaventa soprattutto la tecnologia, che da un lato semplifica e velocizza le azioni esteriori,

---

<sup>1</sup> 15 Luglio 1973 – *La prima, vera, rivoluzione di destra* – “*Corriere della sera*”

dall'altra svuota l'umanità della capacità introspettiva, in un mondo tutto rivolto alla materialità dei beni *superflui* (vedi <sup>2</sup>):

“(1, art.cit.) *L'uomo medio dei tempi del Leopardi poteva interiorizzare ancora la natura e l'umanità nella loro purezza ideale oggettivamente contenuta in esse; l'uomo medio di oggi può interiorizzare una Seicento o un frigorifero, oppure un week-end a Ostia.*”

Dunque il processo di metamorfosi è inarrestabile, ed è un processo totalizzante, perché demolisce principi e valori che avevano sorretto la cultura italiana, sia della classe dominante sia di quella popolare, per secoli. Quello che si affacciava, alla vista lunga di Pasolini, era proprio un “uomo nuovo”, edonista e consumatore, che oggi ha ormai completato il percorso di metamorfosi:

“(1, art.cit.) *Ci stanno sostituendo degli uomini nuovi, portatori di valori tanto indecifrabili quanto incompatibili con quelli, così drammaticamente contraddittori, finora vissuti.*”

Pasolini trova ancora “indecifrabili” i valori portati da questi “uomini nuovi”, ma, almeno per contrapposizione, li pone in antagonismo con quelli tradizionali, basati su antichi principi di solidarietà, contadina e cristiana, appartenenza ad una comunità (paese, parrocchia) con condivisione dei beni comuni, dove i tempi dell'uomo sono quelli imposti dalla natura. Per dualità, è facile intuire che Pasolini giudica questi “uomini nuovi” individualisti e per nulla solidali, divoratori delle risorse comuni, assoggettati dallo “«sviluppo» della produzione di beni *superflui*” (<sup>2</sup>), ambiziosi al punto di considerarsi padroni del tempo e della natura.

Certo, agli occhi dell'uomo di oggi sarebbe difficile rinunciare ai “beni *superflui*” che in fondo dimostrano anche il positivo benessere raggiunto dalla maggioranza della popolazione, e sarebbe utopico un ritorno alla civiltà rurale, alle case senza il frigorifero o il telefono.

Civiltà rurale, in realtà, per nulla idilliaca e solidale, ma arretrata, misera e persino violenta in molte parti di un'Italia che nell'immediato dopoguerra era in pieno sottosviluppo. Denutrizione, fame, analfabetismo,

degrado sociale e morale, questo era il quadro niente affatto bucolico che affliggeva soprattutto il nostro Meridione. Pasolini lo sapeva, ma trovava un valore epico nella lotta - feroce - per la sopravvivenza dei contadini, dotati a loro modo di una cultura e di una dignità. La stessa dignità che ancora oggi colpisce nel rivedere gli occhi dei personaggi nei documentari di Vittorio De Seta, anche tratti dalle opere del grande antropologo culturale Franco Cagnetta. Gli occhi fieri delle donne di Orgosolo, o delle contadine calabresi, abruzzesi, lucane, che hanno lasciato tracce importanti anche nella letteratura di quell'Italia che non c'è più, raccontata da Carlo Levi, Corrado Alvaro e Silone. Civiltà rurale che aveva bisogno di emanciparsi, e ne trovò l'occasione con la crescita economica del dopoguerra. Civiltà rurale che premeva per inurbarsi, e si riversava nelle periferie delle grandi città, creando quel microcosmo culturale su cui Pasolini focalizzò il suo occhio di artista e di poeta.

### ***Gli anni del boom economico***

Il forte sviluppo della produzione dei “beni superflui”, come li intende Pasolini, ossia quelli di lusso, durevoli, come l'automobile, il frigorifero o il televisore, contrapposti invece ai beni primari e di consumo, come gli alimenti, fu dovuto, tra gli anni '50 e '60 del secolo scorso, ad una precisa strategia perseguita dai grandi gruppi industriali nazionali e dai politici a loro compiacenti, che costituirono il primo asse di potere nel dopoguerra italiano. Una massiccia campagna pubblicitaria convinse la popolazione che non poteva fare a meno dell'automobile e nel contempo si realizzarono in fretta le infrastrutture in grado di soddisfare questo nuovo bisogno indotto di mobilità individuale, come l'Autostrada del Sole, che fu completata nel 1964. Ancora oggi paghiamo il costo ambientale della scelta politica di privilegiare l'industria automobilistica.

Esplose il fenomeno delle rate: tutti erano disposti ad indebitarsi pur di comprare. Fu il boom economico, ma non durò a lungo, e proprio nel 1964 s'iniziava a parlare di *congiuntura*.

Tra crisi economiche e indebitamento, la propensione al consumo degli Italiani, una volta innescata, non s'interruppe.

Pasolini dunque vede con chiarezza la metamorfosi in atto che avrebbe mutato radicalmente il volto degli Italiani, tanto da definire egli stesso il percorso intrapreso come una vera "rivoluzione antropologica". Non vede però gli effetti ultimi di questa metamorfosi: l'"uomo nuovo" edonista-consumatore, individualista, divoratore delle risorse ambientali, nel volgere di pochi decenni, con il suo comportamento irresponsabile fatto di sprechi e di coazione al consumo, giungerà a provocare i guasti ambientali che oggi osserviamo. Pasolini non è dunque un *ecologista*, non come lo intendiamo oggi. Lo sguardo di Pasolini verso l'ambiente è di tipo antropologico, culturale; è lo sguardo di un poeta, attento ai valori del paesaggio e rimpiange la bellezza che vigeva quando uomo e natura coesistevano in armonia, ma non si pone la questione dell'inquinamento.

D'altronde, nonostante nel 1973 fosse già esplosa la prima crisi petrolifera, erano poche le voci che ponevano la questione ambientale; le risorse del nostro pianeta sembravano infinite.

Anche se la tematica ambientale in Pasolini è filtrata dall'ottica della sua *poetica*, la sua critica allo Sviluppo ad ogni costo è molto attuale:

(<sup>2</sup>) *“È stato lo stesso Potere attraverso lo «sviluppo» della produzione di beni superflui, l'imposizione della smania del consumo, la moda, l'informazione (soprattutto, in maniera imponente, la televisione) a creare tali valori, gettando a mare cinicamente i valori tradizionali e la Chiesa stessa, che ne era il simbolo. La cosa, in realtà, è enorme: è un fenomeno, insisto, di «mutazione» antropologica.”*

Pasolini intuisce il ruolo fondamentale della televisione nel processo di mutazione culturale, nonostante all'epoca trasmettessero solo due canali della RAI e le televisioni commerciali, che hanno avuto un ruolo fondamentale, persino politico, per sostenere il processo consumistico, erano ancora di là da venire.

---

<sup>2</sup> 10 giugno 1974. *Studio sulla rivoluzione antropologica in Italia* - «Corriere della Sera» col titolo «Gli italiani non sono più quelli».

Un attento semiologo come Pasolini non poteva non accorgersi che questa mutazione antropologica avrebbe lasciato *segni* evidenti nel linguaggio, anch'esso massificato e manipolato dai mezzi di comunicazione, e dunque nel complesso impoverito, perché lo scadimento dei livelli "di eccellenza linguistica" propri delle classi dominanti, non è stato compensato, in basso, da una reale acquisizione di senso e di capacità espressive, in quanto l'unica forma espressiva sopravvissuta alla "mutazione" è di tipo edonistico-fisico e non verbale:

(<sup>3</sup>) *“Mi sembra che ci siano delle buone ragioni per sostenere che la cultura di una nazione (nella fattispecie l'Italia) è oggi espressa soprattutto attraverso il linguaggio del comportamento, o linguaggio fisico, più un certo quantitativo completamente convenzionalizzato e estremamente povero di linguaggio verbale.*

*È a un tale livello di comunicazione linguistica che si manifestano: a) la mutazione antropologica degli italiani; b) la loro completa omologazione a un unico modello.”*

### ***Nascita di un nuovo Potere transazionale***

Proseguendo nella sua analisi, Pasolini si pone la domanda su *chi* abbia, volutamente, pilotato questa "rivoluzione antropologica". All'inizio gli appare come un Potere – con la P maiuscola – ancora oscuro e indistinto. È proprio Pasolini a battezzare, anche semanticamente, questi due nuovi soggetti, il Potere e il Sistema, che non sono più solo il potere della classe dominante, o il sistema di oppressione dei padroni sugli operai. Pasolini percepisce che il mondo si è fatto più complesso, che sono tanti i poteri che entrano in gioco, e i relativi sistemi di gestione del potere, da doverli quasi personificare in un soggetto unificante, che, di volta in volta, assume il nome di Potere o di Sistema.

(<sup>2</sup>, art.cit.) *“Lo «sviluppo», pragmaticamente voluto dal Potere, si è istituito storicamente in una specie di epoché, che ha radicalmente «trasformato», in pochi anni, il mondo italiano.(...) L'omologazione «culturale» che ne è derivata riguarda tutti: popolo e borghesia, operai e sottoproletari. Il contesto sociale è mutato nel senso che si è estremamente unificato. La matrice che genera tutti gli italiani è ormai*

*la stessa. Non c'è più dunque differenza apprezzabile al di fuori di una scelta politica come schema morto da riempire.*”

Se il volto di questo nuovo Potere appare a Pasolini ancora oscuro – ma vedremo che poi in qualche modo riesce a identificarlo con precisione – chiarissimi sono per Pasolini gli obiettivi di questo nuovo soggetto:

<sup>(3)</sup> “(Conosco) *la sua determinazione (coronata da successo) di trasformare contadini e sottoproletari in piccoli borghesi, e soprattutto la sua smania, per così dire cosmica, di attuare fino in fondo lo «Sviluppo»: produrre e consumare.*”

Ma allora chi esprime questo nuovo Potere? All’inizio Pasolini lo va a cercare tra i poteri tradizionali, la Chiesa, la politica, le forze armate, ossia in quei poteri che per secoli hanno condizionato la vita di una buona parte del mondo. Con sua stessa sorpresa, non lo trova lì: i vecchi poteri si sono svuotati, non contano più nulla rispetto alla forza prepotente del Nuovo che avanza.

<sup>(3, art.cit.)</sup> “*Non lo riconosco più né nel Vaticano, né nei Potenti democristiani, né nelle Forze Armate. Non lo riconosco più neanche nella grande industria, perché essa non è più costituita da un certo numero limitato di grandi industriali: a me, almeno, essa appare piuttosto come un tutto (industrializzazione totale), e, per di più, come tutto non italiano (transnazionale).*”

Con impressionante premonizione, Pasolini percepisce che il nuovo Potere non è neppure italiano, e definisce “transnazionale” il fenomeno di delocalizzazione del potere che noi oggi chiamiamo “globalizzazione”. Gli Stati nazionali, e la loro politica interna, perdono dunque potere a vantaggio di qualcosa di superiore, una sorta di meta-Potere che non ha più frontiere né confini politici, soprattutto a partire dal 1989 dopo il crollo dei regimi comunisti.

Negli anni di Pasolini, il mondo era diviso in blocchi contrapposti, e da poco era uscito dalla Guerra Fredda, rimanendo in una sorta di perenne conflitto latente; a quel tempo, la nascita di un nuovo potere sovranazionale avrebbe potuto essere intesa come fattore positivo di modernità, che avrebbe contribuito ad abbattere i muri e gli steccati che già iniziavano a mostrare le prime crepe.

---

<sup>3</sup> 24 giugno 1974. «Corriere della Sera» col titolo «Il Potere senza volto».

Invece Pasolini percepisce perfettamente la natura aggressiva di questo nuovo Potere globalizzato, in preda alla “*smania cosmica*” di produrre e consumare:

(<sup>3</sup>, art.cit.) *“L'identikit di questo volto ancora bianco del nuovo Potere attribuisce vagamente ad esso dei tratti «moderni», dovuti alla tolleranza e a una ideologia edonistica perfettamente autosufficiente: ma anche dei tratti feroci e sostanzialmente repressivi: la tolleranza è infatti falsa, perché in realtà nessun uomo ha mai dovuto essere tanto normale e conformista come il consumatore; e quanto all'edonismo, esso nasconde evidentemente una decisione a preordinare tutto con una spietatezza che la storia non ha mai conosciuto... Questo Potere ha anche «omologato» culturalmente l'Italia: si tratta dunque di una omologazione repressiva, pur se ottenuta attraverso l'imposizione dell'edonismo e della joie de vivre.”*

In un'intervista al “Mondo” Pasolini si spinge oltre e non esita a definire questo nuovo Potere come (<sup>4</sup>) *“il più violento e totalitario che ci sia mai stato: esso cambia la natura della gente, entra nel più profondo delle coscienze.”* Afferma che «Il Potere ha deciso che noi siamo tutti uguali» e attribuisce alla televisione e alla pubblicità lo strumento più subdolo ed efficace per impartire *consigli per gli acquisti*, che in realtà sono dei veri e propri ordini, che vengono obbediti nella coazione a ripetere il gesto dell'acquisto, anche quando non è necessario: (<sup>4</sup>) *“L'ansia del consumo è un'ansia di obbedienza a un ordine non pronunciato. Ognuno in Italia sente l'ansia, degradante, di essere uguale agli altri nel consumare, nell'essere felice, nell'essere libero: perché questo è l'ordine che egli ha inconsciamente ricevuto, e a cui «deve» obbedire, a patto di sentirsi diverso. Mai la diversità è stata una colpa così spaventosa come in questo periodo di tolleranza.”*

### ***La metamorfosi si e' compiuta: edonismo di massa***

Negli anni 70, in meno di un ventennio dal boom economico del dopoguerra, si può ritenere completata l'omologazione degli italiani: la lotta di classe scompare, perché ormai esiste un'unica classe, quella dei consumatori. All'Italia è andata bene, perché,

---

<sup>4</sup> 11 luglio 1974. *Ampliamento del «bozzetto» sulla rivoluzione antropologica in Italia - «Mondo»*, intervista a cura di Guido Vergani

come riporta Pasolini, le armi del Potere per imporre la mutazione verso il consumo di massa sono state psicologiche e non militari: in un contesto di alleanze in cui l'Italia era ricaduta nella "parte giusta" del mondo, il primo potere economico del dopoguerra, statunitense, non aveva bisogno della mano armata per imporsi, e poteva sfruttare una naturale propensione all'individualismo e all'edonismo per affermare i nuovi "valori". Tuttavia quel Potere non escludeva il ricorso alla forza militare, nel caso in cui la politica, anche democraticamente, avesse tentato di fermare l'espansione del mercato; come è stato storicamente accertato, varie opzioni violente furono valutate o usate per impedire alla sinistra comunista l'accesso al Potere, o, anche, per mitigare i contenuti di sinistra dei programmi socialisti: il piano Solo del 1964 (golpe progettato proprio per annullare le ipotesi riformiste del PSI in materia urbanistica, di istituzione dello statuto dei lavoratori e delle Regioni), la strategia della tensione e stragista degli anni '70, la messa in campo di organizzazioni militari segrete, fuori dal controllo democratico, come quella denominata "Stay behind", basata in Sardegna, ecc.

Quando però si è trattato di conquistare territori più ostili, sia per pura espansione di mercato sia per acquisire le risorse energetiche necessarie alla sua stessa espansione, il "nuovo Potere" ha avuto modo di dimostrare il suo volto "*violento e totalitario*" - come affermava Pasolini - non esitando ad usare le armi in molte aree del mondo. Il nuovo Potere, cresciuto in modo non più contenuto dopo il crollo del Muro, aveva bisogno d'imporre su scala globale quella "mutazione antropologica" avvenuta in Italia decenni prima; quella *smania cosmica* di produrre e consumare, e il tentativo generalizzato di *omologazione*, così ben descritta da Pasolini, divengono davvero planetari, ma si scontrano con il fenomeno del fondamentalismo islamico e con la questione della insufficienza delle risorse energetiche non rinnovabili, necessarie per sostenere il processo di produzione dei beni di consumo di massa su scala globale. Questo problema, sollevato dagli ambientalisti già negli anni '70, è stato ignorato per anni dai governi mondiali, e si è dovuto aspettare il 1992 per la prima conferenza sullo sviluppo sostenibile, a Rio de Janeiro, e poi altri dieci anni per vedere i primi

impegni sottoscritti dagli Stati inquinatori a Johannesburg. Impegni tardivi e anche applicati di malavoglia, per non danneggiare gli interessi economici del Potere.

### ***Il “male oscuro” e la smania cosmica***

Le intuizioni di Pasolini ci impongono, come ecologisti, alcune analisi sulla società contemporanea.

Per eliminare gli ostacoli suddetti del fondamentalismo e delle risorse, si è detto, il nuovo Potere ha mostrato anche il volto feroce della forza militare. Credo però sarebbe un errore sopravvalutare il peso della forza del fuoco nell'imposizione di un modello di produzione e consumo su scala ubiquitaria, e sottovalutare la portata profonda – a livello quasi di un “male oscuro” – dell'*attrazione fatale* di miliardi di persone verso un consumismo edonista e individualista.

Questo processo non sorprende nei paesi occidentali, soprattutto anglosassoni, dove il percorso del pensiero e delle culture è stato, da secoli, coerentemente rivolto verso *quel* modello di società, che pone l'individuo, il suo libero arbitrio, al centro del mondo. Come ha osservato Max Weber (<sup>5</sup>), il modello liberale e il cosiddetto “spirito capitalistico” traggono le radici profonde nella Riforma protestante, soprattutto calvinista, nella cui etica si battezza il “nuovo uomo” che trova speranza di eterna salvezza come individuo; individuo che si può realizzare nel mondo come produttore, ossia imprenditore, e accumulare ricchezza senza più timore di dannazione. Nei paesi cattolici, come l'Italia, questa acquisizione sociale e culturale (ovviamente non nella sua componente teologica), è stata più tardiva, e infatti questi paesi hanno scontato un forte ritardo nel processo di industrializzazione rispetto alle nazioni del Nord Europa e degli USA.

C'è voluto il dopoguerra, nei paesi cattolici, per compiere la “mutazione antropologica”, che comunque si è compiuta in fretta anche per la vicinanza culturale tra i paesi occidentali e la loro cultura comune, che ha permesso loro di condividere il

---

<sup>5</sup> Max Weber in "*L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*" (Sansoni, Firenze 1945 – *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, Tubinga 1904-1905).

Rinascimento e l'Illuminismo, la Rivoluzione francese, la Fisica e il Darwinismo, e prima ancora la filosofia greca, il pensiero aristotelico, che, nel bene e nel male, hanno tutti contribuito a forgiare le basi dell'uomo occidentale contemporaneo, il suo pensiero, il suo pantheon di miti, il suo "immaginario collettivo".

Se la nascita dell'uomo edonista-individualista-consumatore trova ampio substrato culturale in Occidente, ciò non era affatto scontato in Oriente, dove il percorso del pensiero e delle culture è stato del tutto diverso.

Eppure, nel breve volgere di pochi anni dopo la Guerra e le sue devastazioni anche nucleari, il Giappone è diventato una gigantesca potenza mondiale per produzione e consumo (né possiamo onestamente asserire che siano state le bombe atomiche a imporglielo). Nel mondo comunista il *consumismo* era considerato un prodotto degenerare dell'individualismo borghese, che la società collettivizzata avrebbe annientato. Sappiamo com'è andata a finire, ad Ovest come a Est, dove persino in Cina si assiste ormai alla sfrenata corsa all'acquisto di beni, di lusso e di consumo. Per non dire dei paesi arabi, dove, nonostante il fondamentalismo religioso, la ricchezza petrolifera ha condotto a un consumismo sfrenato: non a caso, l'Arabia Saudita è, in proporzione agli abitanti, uno dei maggiori produttori di gas serra.

In oriente è maturata in poco tempo la metamorfosi di centinaia di milioni di persone da classe agricola al limite della sussistenza, a classe operaia sfruttata. Ma ha anche generato una classe imprenditoriale e un ceto medio impiegatizio prima quasi assenti in quello scenario politico e sociale. La Cina, oltre a produrre beni a basso costo per il mercato occidentale, ha iniziato a importare dall'estero beni con un tasso sempre crescente, che nel 2007 ha raggiunto un +35%.

Certo, la propensione al consumo è sicuramente spinta dal Potere, dalla forza della pubblicità, e, quando serve, delle armi, però quel che appare è che in qualche modo il consumo, anche perverso, eccessivo, di beni, sia una sorta di "male oscuro" dell'umanità, quasi un archetipo dell'inconscio collettivo, ubiquitario e pervasivo.

Lo psicologo analista elvetico Carl Gustav Jung <sup>(6)</sup> ha identificato questi “contenuti standard” pre-esistenti nell’inconscio di ognuno di noi, indipendentemente dal luogo e dal tempo; contenuti che prendono forma grazie alle immagini del mito, e allora vien da pensare che in quel *fanciullo divino* che i Greci raffiguravano con il “messaggero degli dei” Ermes, perenne bambino, infantile intrigante ladro e truffatore (già alla nascita, ancora in fasce, suo primo bisogno irrefrenabile fu di rubare gli armenti di suo fratello Apollo), ma anche leggiadro e creativo, vi sia la traccia di quel “male oscuro” dell’intera umanità, che, non casualmente, Pasolini aveva identificato come una “smania cosmica”. È quel tratto inquietante di ogni bambino, che gli fa asserire, contro ogni evidenza e ragione “è mio” di fronte a qualsiasi cosa loro aggrada.

Dunque il meccanismo della pubblicità sembra trovare percorsi fecondi e ben tracciati nell’inconscio planetario, e sfrutta cinicamente questo incalcolabile vantaggio.

Si compra allora per una coazione all’acquisto, all’accumulazione, anche inutile, di beni, tutti come il Mazzarò della novella del Verga <sup>(7)</sup>, che la metamorfosi da zappatore a proprietario l’aveva già compiuta più di un secolo fa; il Mazzarò che “non aveva lasciato passare un minuto della sua vita che non fosse stato impiegato a fare della roba” quella “roba” (ogni ben di dio immaginabile) che “non è di chi l’ha, ma di chi la sa fare”, dimostrando così la sua natura di paleo-capitalista produttore-accumulatore, che però, almeno, spezza il circolo feudale della proprietà ereditaria.

### ***Consumare non rende felici***

Tramite la forza subdola degli archetipi dell’inconscio, dell’attrazione fatale della *joie de vivre* o della violenza della mano militare, il “nuovo uomo” consumatore ed edonista ha conquistato nuovi territori nel pianeta in nazioni prima politicamente ostili. Con il risultato di aver espanso su scala globale la sua smania irrefrenabile di consumo, in nome di un acquisito benessere che non ammette restrizioni.

<sup>6</sup> Carl Gustav Jung “Archetipi dell’inconscio collettivo”, ed. Bollati Boringhieri

<sup>7</sup> Giovanni Verga, “La Roba”, da “Novelle Rusticane” (1883) reperibile su Internet in: [http://www.liberliber.it/biblioteca/v/verga/tutte\\_le\\_novelle/html/roba.htm](http://www.liberliber.it/biblioteca/v/verga/tutte_le_novelle/html/roba.htm)

Nell'intervista al "Mondo" Pasolini introduce un tema oggi all'ordine del giorno del dibattito politico: il rapporto tra lo sviluppo economico e la felicità. Oggi il dibattito culturale sul PIL <sup>(8)</sup> come unico parametro in grado di misurare lo sviluppo di una nazione è molto vivace. Sia Pasolini sia i recenti studi di psico-economia giungono alla medesima semplice conclusione, già affermata nei detti popolari: i soldi non fanno la felicità. Qui possiamo dire: *consumare non rende felici, proprio perché instaura un ciclo senza fine di desiderio, quella brama di beni materiali che i buddisti chiamano kamatrnsna e che è alla radice della sofferenza dell'uomo.*

In letteratura, molto spesso la figura del ricco è associata con l'infelicità. E anche il Mazzarò del racconto del Verga <sup>(6, op.cit.)</sup> è un personaggio tristissimo, preda di una sindrome ossessivo-compulsiva al possesso, evidente dalla constatazione che "*dopo di essersi logorata la vita ad acquistare della roba, quando arrivate ad averla, che ne vorreste ancora*", in un ciclo perverso che non genererà mai felicità.

Anche Pasolini introduce il tema della felicità in un modo altamente poetico, con la figura dell'*allegro fornarino*, che andava in giro, magari con i calzoni rattoppati e per camicia uno straccio, cantando e lanciando motti. Contrapponeva alla tristezza del ricco il suo riso anarchico: <sup>(4, art.cit.)</sup> "*tutto ciò faceva parte di un modello che nella sua borgata aveva un valore, un senso. Ed egli ne era fiero. Al mondo della ricchezza egli aveva da opporre un proprio mondo altrettanto valido.*" Soprattutto, quel fornarino, nella sua umiltà, era una persona felice. "*Non è la felicità che conta? Non è per la felicità che si fa la rivoluzione? La condizione contadina o sottoproletaria sapeva esprimere, nelle persone che la vivevano, una certa felicità «reale». Oggi, questa felicità con lo Sviluppo è andata perduta. Ciò significa che lo Sviluppo non è in nessun modo rivoluzionario, neanche quando è riformista. Esso non dà che angoscia.*"

Pasolini, con il suo sguardo nostalgico, se la prende con lo Sviluppo *tout court*, che ha annichilito la cultura popolare e contadina, mentre anche tra gli ecologisti, al giorno d'oggi, si contesta il presente *modello di sviluppo*, ma si ammette che, su altre basi, la società possa tollerare un certo livello di *sviluppo sostenibile*.

<sup>8</sup> Prodotto Interno Lordo - PIL

L'intuizione di Pasolini sulla felicità è stata ampiamente verificata da molti studi internazionali che dimostrano come i paesi a tasso di sviluppo del PIL più alto, non sono proprio i più felici del mondo. Nel recente lavoro di Adrian White (<sup>9</sup>), presentato anche in un convegno della Banca d'Italia e dell'Università di Tor Vergata, il ricercatore ha messo a punto indicatori di *felicità percepita*, insieme di parametri sulla qualità della vita e soddisfazione, salute e istruzione, statistiche UNESCO, CIA, World health organisation, e altre da ogni continente, più centinaia di sondaggi sulla popolazione di 178 paesi analizzati. Ha potuto dunque realizzare una “mappa planetaria della felicità” molto attendibile e statisticamente significativa, sia pur nella relativa arbitrarietà di ogni modello matematico che pretende di interpretare la realtà. I risultati confermano l'intuizione pasoliniana: le “potenze economiche” dove si sviluppa il maggior consumo di beni, sia di lusso sia di consumo, che pilotano il PIL mondiale, sono in posizione di retroguardia. gli USA sono al 23° posto, il Giappone, paese noto per la modernità e per l'elevato consumo di prodotti ad alta tecnologia, solo al 90°, l'Italia occupa un modesto 50° posto e persino più giù è la Francia; va appena meglio per la Germania al 35°, mentre i paesi “emergenti” a elevata crescita del PIL occupano proprio il fondo della classifica della felicità: il Brasile è 81°, la Cina 82<sup>a</sup>, l'India 125<sup>a</sup>, la Russia 167<sup>a</sup>. Invece si scopre che tra i primi 10 paesi *più felici* ci sono il Bhutan, la Malesia e il Costa Rica, che certo non partecipano al G8.

### ***L'Edonismo a buon mercato: il modello low-cost***

L'aspirazione al consumo – quella *smania cosmica* dell'*uomo nuovo*, la sua coazione all'acquisto di beni, se non superflui, certo non indispensabili, incentivata dal *Potere transnazionale*, direbbe Pasolini, ha disgregato in pochi decenni, in tutto il mondo occidentale, il precedente conflitto storico, e la classe operaia ormai si è omologata

---

<sup>9</sup> “Is happiness measurable and what do those measures mean for policy?” Proceedings of Conference, Rome, 2-3 April 2007 - University of Rome “Tor Vergata”

con quella dominante. Tutti appaiono *alla ricerca dell'ultimo modello di telefonino*. Rispetto ai tempi di Pasolini, non è più la Seicento nei sogni della massa dei consumatori, bensì un lettore DVD o il navigatore satellitare. Almeno la Seicento, o prima ancora la Vespa, evocavano nel popolo italiano sogni di viaggi, di libertà di movimento, di indipendenza, e potevano infatti produrre perfino un'*epica narrativa*, così ben descritta soprattutto dal Cinema degli anni '60. Erano beni materiali, ma anche icone in grado di raccontare l'Italia di quegli anni.

Oggi il processo appare imbarbarito, e risulta difficile evocare alcunché da un televisore al plasma. Negli anni '60 la stessa moda riusciva ancora a imporre stili e tendenze, certo studiate a tavolino, ma in qualche modo legate a un richiamo ideale di progresso, di emancipazione sociale. Basti pensare all'effetto dirompente del bikini o della minigonna sulla morale tradizionalista, che proprio Pasolini aveva compreso che aveva ormai esaurito il suo potere d'influenza sui comportamenti sociali.

Oggi, neanche questa lettura per così dire “ideologica” della moda appare possibile, visto che ormai la pubblicità impone ai giovani dei puri simulacri privi di contenuto, se non di un edonismo fine a se stesso: ieri si combatteva il tradizionalismo anche attraverso la moda, oggi, l'omologazione richiede ai ragazzi l'esposizione delle mutande costose e “griffate” attraverso i pantaloni a vita bassa.

Si ostenta il lusso, seguendo modelli televisivi diseducativi, mentre parole come discrezione e ritegno sono diventate ormai obsolete: “Il lusso non è un reato, ma un investimento” scriveva Fulvio Briatore nel suo appello contro la Tassa sul lusso della Sardegna il 9 agosto 2006 <sup>(10)</sup>. Invece di ostentare il lusso bisognerebbe rendere più sobri i nostri stili di vita. Consumiamo in maniera abnorme, sino al punto di peggiorare la qualità stessa della vita, ingoiamo calorie inutili e diventiamo obesi, oppure siamo costretti a bruciarle in palestre sempre più affollate. Questo non è più benessere, è spreco, e in mondo dalle risorse limitate, dove un miliardo di persone vivono senza neanche poter permettersi l'acqua per lavarsi, è davvero deplorabile.

---

<sup>10</sup> Vedi ad es. Repubblica: <http://news.kataweb.it/item/196306>

Il consumo sfrenato – per chi se lo può permettere - causa malessere sociale, induce frustrazione e comportamenti individuali negativi. Se Pasolini asseriva che ai suoi tempi l'uomo consumatore riusciva a malapena ad interiorizzare una Seicento, l'impressione è che oggi lo spazio interiore si è così ristretto da aver perso anche la cognizione del *valore di un bene materiale*, dopo aver perso la consapevolezza dei valori ideali.

Si riscontra dunque una generale perdita di significato, di contenuto, di valore etico anche nell'atto individuale dell'acquisto di un bene, che appare così del tutto *decontestualizzato* quasi che l'acquisto abbia un valore in sé e non, invece, rispetto ad uno specifico ambito sociale e culturale.

Questo fenomeno non è avvenuto solo in Italia, ovviamente, ma a vari livelli si è esteso a tutto il mondo occidentale.

Nel mondo dell'ex blocco comunista e in oriente, dove sta ormai dilagando, questo nuovo consumismo si propone di affermare un *diritto negato* per decenni a quei popoli: l'acquisto e il possesso di beni.

Così però si confonde la libertà con la libertà di acquisto, il benessere con il superfluo, la scelta consapevole con il diritto senza condizioni.

L'enorme espansione del mercato dei beni di massa, indotta dalla *globalizzazione* anche tra ceti meno abbienti (*consumatori* meno abbienti, non più classe antagonista) ha fatto emergere la necessità di produrre sempre di più e a prezzi più bassi, per raggiungere quei *target di mercato* ormai attivati, che pretendono il loro diritto al consumo. Non importa *che cosa* consumare, le sue conseguenze, la possibilità di eventuali alternative che diano lo stesso benessere e felicità, ma con un uso più oculato delle risorse, sia personali sia globali. No, il consumo deve essere scontato, di massa, qui e subito, di quantità e non di qualità, e la felicità sta proprio nel farlo senza vincoli né questioni, *sans souci*. Vuoi prendere un caffè a Parigi? Il volo aereo deve costare come un cappuccino e non importa se per il tuo caffè si bruciano centinaia di chili di cherosene e se ciò in un ventennio causerà una triplicazione degli aerei nei

cieli del pianeta, quantità ambientalmente non sostenibile, visto il grave livello di inquinamento causato da quel mezzo di trasporto.

Molti sanno che un bene comprato a basso prezzo, sia esso un televisore, un tappeto o un volo aereo, spesso nasconde condizioni di lavoro disumane e sfruttamento. Non importa: basta che costi poco e me lo possa permettere.

E' nato il *modello low-cost* che consente a tutti di accedere a beni o servizi prima riservati alla classe dirigente, e ha così completato il processo di omologazione sociale, scardinando anche gli ultimi *status symbol* ancora appannaggio del ceto dominante.

Questo però non è avvenuto a costo zero.

La globalizzazione non ha cambiato sostanzialmente la modalità della produzione, ma l'ha spostata ad oriente. Certo, l'ottimizzazione e l'automazione dei processi industriali, ha consentito la produzione di più beni a un minor prezzo, processo questo facilitato anche dai bassi costi della manodopera, ma ha aggravato la questione ambientale estendendo l'inquinamento su scala planetaria.

Il meccanismo *low-cost* ha comportato un danno ulteriore, annientando la pratica secolare della *riparazione* e i tanti mestieri ad essa connessi: oggi l'orologiaio non esiste quasi più, così come il riparatore TV, perché non conviene riparare; se si rompe un calzino lo si butta, perché non c'è tempo per cucirlo e costa poco ricomprarlo, alla bancarella che li vende *made in China*.

D'altra parte, l'espansione della produzione verso oriente era stata richiesta proprio dalla crescita della domanda, nei paesi occidentali, di beni di lusso, di alta tecnologia, ma a prezzi stracciati, perché il bisogno di tali oggetti era stato, volutamente, indotto anche nelle fasce di consumatori meno abbienti. Nessuno doveva privarsi di un telefonino o di un lettore DVD. Doveva finire l'epoca del telefonino come status symbol di chi se lo poteva permettere: tutti devono poter *acquistare* tutto, e così il processo di omologazione si è completato.

## ***Dall'edonismo alla “nuova alleanza”***

L'espansione globale del consumo di massa sta provocando danni irreversibili sull'ambiente e sul clima se non si interviene subito con misure correttive.

Non è solo un problema di esaurimento di risorse non rinnovabili, come il petrolio.

Non è solo una questione di aumento della produzione e dunque di gas serra che producono cambiamenti climatici. La smania cosmica di possesso individuale ha cambiato il volto delle nostre città, lo stesso paesaggio: le automobili invadono ogni spazio urbano, e discariche e inceneritori si ergono a simbolo degli sprechi del nostro tempo. Il consumo irresponsabile produce una quantità non sostenibile di rifiuti – con i problemi tristemente alla ribalta delle cronache – con costi enormi per il riciclo (si pensi alle batterie dei telefonini) e per lo smaltimento.

Inquinamento delle falde acquifere e dell'aria per incenerire ciò che non ci serve più: è questo il prezzo da pagare al consumo irresponsabile.

Alcune volte, le notizie minori ci danno il senso della velocità del cambiamento che stiamo vivendo: l' 11 Marzo 2008 la stampa ha riportato la notizia del gran rifiuto del primatista mondiale di maratona, Haile Gebrselassie, che non correrà le “olimpiadi inquinate” di Pechino perché non vuole compromettere la sua salute respirando i veleni dell'aria della capitale cinese; capitale dove, sino a una ventina di anni fa, giravano per lo più solo biciclette.

Il problema di oggi è la mancanza di consapevolezza che frena la genesi di un reale antagonismo maggioritario a un modello di consumo non più sostenibile.

Sicuramente non ci si può attendere una *solidarietà di classe*, per i motivi ampiamente descritti. Quel Potere che “*cambia la natura della gente, entra nel più profondo delle coscienze*” lo ha fatto così in profondità da averne mutato i sogni e le speranze. Anche politicamente, ciò è dimostrato dal crescente successo elettorale delle destre presso i ceti popolari, prima saldamente a sinistra. Ieri l'operaio intendeva scardinare il Sistema, e condurre al potere le proprie istanze.

Oggi, il consumatore operaio è sostanzialmente connivente con il Sistema perché gli

consente di disporre di una grande quantità di beni e servizi prima non accessibili.

Questo è gratificante, per cui riesce difficile far percepire la propensione al consumo come fatto negativo, come un fenomeno degenerativo indotto dall'alto.

Da quanto abbiamo visto, almeno finché un imminente disastro ambientale non minaccerà direttamente i suoi beni, il cittadino-consumatore - di ogni ceto o classe - non sarà alleato degli ecologisti, se si contrapporrà la difesa dell'ambiente con il presunto diritto al consumo e alla proprietà individuale.

Serve dunque una presa di coscienza collettiva che richiederà investimenti in comunicazione e formazione. Bisogna guidare un percorso necessario verso la consapevolezza, verso un *civismo ecologista* di massa.

D'altro canto, la logica di mercato non può prescindere dall'espansione, pena una recessione, per cui difficilmente la classe dominante cambierà la sua logica di espansione del mercato, che continuerà ad essere incentivato ad ogni latitudine e con ogni mezzo. Anche appropriandosi di icone culturali prima "nemiche", addomesticandole in un contesto di mercato, come è accaduto con la cultura *underground* e *cyber-punk*, oggi alla base del "marketing di guerriglia" <sup>(1)</sup> molto alla moda e proposto ai manager di molte aziende. Il sistema liberista dimostra dunque di avere un buon sincretismo e capacità di adattamento a nuovi scenari che non fanno preludere a crisi imminenti.

Se la logica della produzione adatta ai tempi le strategie ma non il fine ultimo dell'espansione, quello che può sicuramente cambiare è la *modalità della produzione*.

La prossima carenza di risorse energetiche sta infatti pilotando il processo evolutivo dei prossimi anni.

Il mondo capitalista se n'è in parte reso conto e sta procedendo con i metodi a lui congeniali: trasformare in opportunità di business ciò che prima rappresentava un vincolo. "L'ambiente è il business del futuro" si sente spesso in giro, e dopo il

---

<sup>11</sup>Vedi ad esempio: <http://www.percheinternet.it/autoformazione/guerriglia-mktg.html>

convegno di Davos (<sup>12</sup>) si parla esplicitamente di *ecocapitalismo* portato avanti da multinazionali del calibro della Pacific Gas o della General Electric.

L'obiettivo è quello di continuare a espandere il mercato, riformando però i sistemi di produzione adottando tecniche meno inquinanti. Purtroppo tutti noi scontiamo il ritardo degli industriali in questa tardiva presa di coscienza (sono le stesse lobby che sino a poco tempo fa premevano affinché gli USA non firmassero il protocollo di Kyoto) e la scarsità di investimenti e ricerca per la messa in opera di sistemi di riduzione delle emissioni a effetto serra.

La “svolta ambientale” delle multinazionali, tardiva e interessata, il necessario adeguamento dei sistemi di produzione, che andrà sempre più incentivato dai governi, non saranno però sufficienti, se non si imporrà un cambiamento negli stili di consumo delle persone. Produzione e consumo sono due facce della stessa medaglia. Serve dunque una *nuova alleanza* tra imprenditori incentivati a produrre secondo criteri di ecocompatibilità e consumatori resi consapevoli dell'importanza della tutela ambientale. Alcune semplici azioni, come l'utilizzo di materiale riciclabile o la riduzione degli imballaggi da parte dei produttori, il tornare alla vecchia sporta della spesa al posto delle buste di plastica (già deliberato), agli antichi contenitori riusabili per il latte e le bevande al posto del devastante “usa e getta” sono esempi concreti di ciò che ciascun produttore e consumatore potrebbe fare, se giustamente sollecitato, per difendere l'ambiente.

Il percorso verso la consapevolezza non può essere forzoso, ma basato sulla formazione dei consumatori, anche se bisogna tener conto che si è già perso molto tempo e si sta correndo verso un pianeta iperpopolato surriscaldato desertificato, con gravi carenze idriche e di cibo e sommerso di rifiuti.

### ***Dalla teoria all'intervento***

Siamo forse ancora in tempo per provvedere, con azioni incisive, ma che non necessariamente comporteranno gravi riduzioni nel *livello di benessere* dei cittadini o

---

<sup>12</sup> *La Repubblica*: <http://www.repubblica.it/2007/01/sezioni/ambiente/ecocapitalisti/ecocapitalisti/ecocapitalisti.html>

l'adozione di misure fortemente impopolari.

Il “positivo benessere” va correttamente guidato, indirizzato politicamente, e deve essere congiunto ad una crescita di valori civici, di educazione al consumo, che invece è sinora del tutto mancata. Il *male oscuro* che domina la belva consumista e edonista non può essere lasciato libero di far correre il ciclo incontrollato dell'acquisto. Bisogna far capire che, nel mondo di domani, sarà più importante poter *accedere* a un determinato bene o servizio, piuttosto che *possederlo*.

Servono dunque interventi urgenti, soprattutto nei comparti a maggior impatto ambientale: secondo la Commissione europea i settori merceologici più incriminati sono il trasporto, l'alimentare, l'edilizia, che causano il 70-80% degli impatti ambientali complessivi (<sup>13</sup>).

Qui di seguito si riportano alcune semplici considerazioni, che non intendono affatto essere esaustive su una problematica così complessa, ma danno un'idea di possibili aree di intervento.

## **Il settore trasporti**

Bisogna far capire ai cittadini che nel mondo affollato delle nostre aree urbane non è più sostenibile che una famiglia di 4 persone possieda 4 automobili, come accade a Roma, dove, con la densità di ben 76 auto ogni 100 abitanti (la più alta d'Europa, <sup>14</sup>), praticamente ogni cittadino maggiorenne possiede un'automobile. Risultato: paralisi del traffico e aria irrespirabile, con livelli di polveri sottili al di sopra dei limiti di legge.

A luglio del 2006 è stato pubblicato lo studio congiunto dell'OMS e dell'APAT (<sup>15</sup>) che stimano, solo in Italia, che ogni anno si verificano 8000 decessi causati dalle polveri sottili (in particolare per malattie respiratorie, cardiovascolari e asma).

Oltre al traffico e all'inquinamento dell'aria, ciò comporta gravi problemi di occupazione degli spazi urbani, con piazze e vie destinate a parcheggi spesso

---

<sup>13</sup> fonte Commissione europea Comunicazione sulla Politica Integrata di Prodotto (COM 2003 203)

<sup>14</sup> Rapporto Ecosistema urbano 2005 di Legambiente.

<sup>15</sup> Si veda ad es.: [www.arpa.emr.it/rimini/download/Arpat\\_Smog\\_Traffico.pdf](http://www.arpa.emr.it/rimini/download/Arpat_Smog_Traffico.pdf)

selvaggi, e di successivo sfascio del mezzo da rottamare; inoltre, e pochi lo sanno, per produrre un'automobile servono ben 450000 litri d'acqua (<sup>16</sup>).

Oltre a migliorare il trasporto pubblico, bisogna dunque incentivare il *car sharing*, ossia l'auto condivisa, che si prende quando serve, e quando non si usa la usa qualcun altro.

Un mezzo di trasporto del quale si parla relativamente poco per i suoi effetti inquinanti e che invece è responsabile di una quota rilevante di emissioni di gas serra, è l'aeroplano.

Il 5 gennaio 2007 la stampa ha riportato la durissima invettiva del ministro britannico dell'Ambiente Ian Pearson che ha definito Ryanair "la faccia irresponsabile del capitalismo" (<sup>17</sup>). Pearson denunciava lo sprezzante rifiuto opposto da Ryanair ad ogni ipotesi di compensazione del danno causato dal trasporto aereo alla qualità dell'aria; compensazione imposta ad altri comparti produttivi inquinanti, e che per anni è stata risparmiata alle compagnie aeree, come se fossero "eco-esenti".

Invece l'aumento del traffico aereo sta avendo un significativo effetto sulla quantità di gas serra emessi nell'atmosfera e, di conseguenza, rientra tra le principali fonti inquinanti che provocano i cambiamenti climatici.

Il rapporto ufficiale Liese, della Unione europea (2006) riporta che nel 2004 le emissioni dei gas ad effetto serra, prodotte dai voli aerei internazionali all'interno della UE, sono cresciute dell'87% rispetto al 1990. L'Europa è responsabile di circa la metà delle emissioni di CO<sub>2</sub> prodotte nel settore dal trasporto aereo.

Poche migliaia di aerei causano su scala planetaria un danno severo.

Purtroppo le compagnie low-cost non fanno altro che incentivare l'aumento dei voli, che, secondo la Commissione trasporti della Camera dei deputati (2007) è previsto in costante crescita sino al 2040. Tutto ciò anche grazie al privilegio – unico rispetto ad altri mezzi di trasporto – per cui il carburante aereo è detassato. In questo caso un intervento di natura fiscale può servire a equiparare il trasporto aereo rispetto ad altri mezzi di trasporto meno inquinanti, riportando i prezzi ad una maggiore plausibilità,

---

<sup>16</sup> Fonte Dossier Energia della Regione Val d'Aosta <http://www.catpress.com/dedpla/acque/udove.htm>

<sup>17</sup> Si veda ad es. [www.lanuovaecologia.it/inquinamento/atmosferico/6835.php](http://www.lanuovaecologia.it/inquinamento/atmosferico/6835.php)

e rendendo di nuovo competitivo il treno, da preferire all'aereo ove e quando possibile.

## **Il settore agricolo e alimentare**

Con l'inevitabile aumento del costo del trasporto delle merci, già in atto e dolorosamente sentito sui prezzi al consumo dai ceti più deboli, sarà necessario incentivare la produzione locale dei beni, soprattutto primari e alimentari, piuttosto che l'importazione.

Per decenni in Italia si è invece assistito allo spopolamento delle campagne, dove migliaia di ettari di terra produttiva è stata abbandonata ai rovi, dove un'errata concezione del libero mercato ci ha sottratto colture tradizionali, perché *non più convenienti*, distruggendo un patrimonio naturale che era la nostra ricchezza in biodiversità. Sono state promosse azioni di azzeramento di alcune coltivazioni, di estirpazione dei vigneti; ogni anno distruggiamo tonnellate di eccedenze, però poi importiamo arance dalla Spagna. La politica nazionale, ma anche comunitaria, in campo agricolo, in questi anni è stata costellata da gravi errori. Anche l'abbandono dei campi ha accentuato i fenomeni di dissesto idro-geologico.

Ora l'aumento del costo del pane e della farina, causato soprattutto dall'aumentata domanda alimentare nei paesi orientali, ma anche, sembra, dall'espansione delle colture per bio-diesel a danno dei cereali, ha spinto la Commissione europea (2007) a chiedere l'azzeramento del *set-aside*, ossia del riposo forzato dei campi, per aumentare la produzione locale di frumento.

È infatti giunto il momento di invertire drasticamente la tendenza e riprendere a coltivare la terra, a produrre per il mercato locale.

Se le merci viaggiano di meno, costano e inquinano di meno; inoltre, si incentiva la produzione di qualità favorendo un rapporto più prossimo e fiduciario tra produttore e consumatore. Vanno dunque favoriti i *gruppi di acquisto solidali* (GAS), che

privilegiano l'acquisto diretto dal produttore locale e si stanno diffondendo su tutto il territorio nazionale.

In questi giorni duri di crollo del mercato della mozzarella di bufala campana, ci sono caseifici che hanno addirittura incrementato il loro fatturato <sup>(18)</sup> perché hanno privilegiato la vendita locale in azienda e il rapporto diretto con il cliente, che conosce l'azienda e si fida.

Tra i vantaggi della produzione locale vi è l'abitudine dei consumatori all'acquisto di prodotti freschi e di stagione, qualitativamente superiori e a minore impatto ambientale. I prodotti in pieno campo sono da preferire rispetto a quelli in serra per una minore necessità di sostanze trattanti. Infine, è evidente che va perseguita una politica di incentivo alla produzione e al consumo dei prodotti cosiddetti biologici, da diffondere a livello di massa anche grazie ad accordi con le principali catene di supermercati.

## **Il settore delle costruzioni**

Altro settore produttivo nel quale è necessario un drastico cambio di rotta è quello dell'edilizia, il cui impatto sull'ambiente è elevatissimo. Come riporta il Ministero dell'ambiente italiano: *“Gli impatti del settore edilizio riguardano l'uso di risorse materiali non rinnovabili, l'uso del territorio, il consumo energetico relativo a tutte le fasi del ciclo di vita e la produzione di rifiuti da demolizione. In particolare è stato calcolato che il settore edilizio impiega circa il 40% delle risorse naturali, incide per un terzo sul consumo totale di energia mondiale e, negli ultimi 50 anni, è diventato uno dei maggiori consumatori di combustibile fossile.”*<sup>(19)</sup>

Nei nuovi palazzi bisogna imporre pannelli solari e infissi termici, incentivando i sistemi fotovoltaici anche nelle abitazioni esistenti, e, ove si debba ricorrere alle caldaie tradizionali, privilegiando sistemi di riscaldamento centralizzati – più efficienti – rispetto a quelli individuali.

---

<sup>18</sup> Fonte Radio 24 – “il Gastronomo” di domenica 30 marzo 2008

<sup>19</sup>MATTM DSA Documento SCP Pagina 30

Purtroppo il mondo dell'edilizia, almeno in Italia, rientra tra le componenti più forti di quel Potere denunciato da Pasolini. L'enorme acquisizione di capitali seguita al 2001, e la diversificazione già in atto da anni verso il mondo dell'editoria, ha rafforzato la capacità mediatica dei costruttori, la maggior parte dei quali sono proprietari di una grande porzione della stampa nazionale. In tal modo riescono a influire sui messaggi che giungono ai cittadini e ad orientare precise scelte politiche. Con il risultato di una netta espansione del cemento negli ultimi anni, a danno del verde; tutto ciò, unito al cronico fenomeno dell'abusivismo edilizio ha anche comportato un aggravamento del rischio idrogeologico in Italia, dove migliaia di comuni sono potenzialmente soggetti a frane o alluvioni devastanti <sup>(20)</sup>.

### **Nuove tecnologie e Informatica al servizio dell'ambiente**

Di fronte alle nuove tecnologie l'approccio ecologista moderno dovrebbe essere improntato ad una *cauta apertura*: il progresso scientifico può aiutare a ridurre l'impatto ambientale di molti sistemi produttivi e andrà sempre di più incentivato in tal senso; basti pensare, ad esempio, alla differenza, in termini di inquinamento, tra un'automobile del 1980 e una di oggi, o tra una vecchia lavatrice e una in classe A. Il progresso va dunque visto senza cadere né nell'irrazionalismo di alcune frange contrarie "per principio" allo sviluppo tecnologico, in quanto "contro natura", né in quello che il celebre ambientalista e intellettuale Alex Langer chiamava "scientismo tecnocratico", che in modo improprio "*eleva le scienze e la tecnologia a fonte automatica di verità*" <sup>(21)</sup> La cautela s'impone perché in un momento di forte spinta tecnologica, spesso indotta da industrie multinazionali, con prodotti pubblicizzati dalle straordinarie capacità, bisogna valutare con rigore quelle dai contenuti più seri e davvero utili per l'ambiente. Dalle nanotecnologie che generano pannelli solari sottili come fogli, alle vernici che assorbono le polveri sottili, ai filtri che dichiarano di

---

<sup>20</sup> Si veda il Rapporto di Legambiente: <http://www.legambientereggiuemilia.it/Notizie/Rischio%20Idrogeologico.htm>

<sup>21</sup> 15.11.1992, Da "Il Mattino dell'Alto Adige" - Il viaggiatore leggero

neutralizzare le emissioni delle centrali a carbone, il fiorire di nuovi prodotti metterà spesso al lavoro i comitati scientifici delle principali associazioni ambientaliste.

Il campo delle tecnologie tele-informatiche, sino ad ora, ha contribuito di più ad inquinare che a tutelare l'ambiente, a causa della rapida obsolescenza dei prodotti elettronici, che spingono ad acquisti frequenti e frequenti rottamazioni.

Bisogna educare i consumatori che non è necessario cambiare telefonino ogni 6 mesi per seguire l'ultima moda: in un paese come l'Italia dove ci sono più telefonini che abitanti, ciò comporta la produzione di centinaia di tonnellate ogni anno di rifiuti tossici, per la presenza delle batterie, quantità che non è sostenibile.

Eppure, l'informatica può dare un valido contributo all'ambiente.

A casa, l'utilizzo di Personal Computer equipaggiati con sistemi *liberi*, come Linux, in alternativa a quelli di proprietà della monopolista Microsoft, consente, grazie all'efficienza dei programmi, di mantenere il PC in piena funzionalità per svariati anni, senza risentire dell'obsolescenza tipica dei sistemi informatici.

Inoltre, con la disponibilità di Internet veloce, non è più neanche necessario *possedere* dei personal computer sempre più potenti da buttare ogni 2 o 3 anni perché obsoleti: oggi è possibile affidarsi a servizi in Rete, dove sono poste le grandi risorse informatiche, che offrono tutte le applicazioni necessarie agli utenti (programmi per ufficio, grafica, multimedia); per connettersi basta un micro-PC con poca memoria e senza dischi, che non devono neppure essere aggiornati periodicamente.

L'informatica può, e d'altro canto lo sta già facendo, aiutare l'ambiente con la limitazione della burocrazia cartacea sostituita dalla comunicazione elettronica negli uffici; la diffusione generalizzata delle *e-mail certificate* consentirà, ad esempio, la riduzione delle lettere raccomandate. L'attuale qualità della videocomunicazione consente già oggi di effettuare riunioni a distanza, e di operare insieme a colleghi remoti su documenti mediante le tecniche elettroniche del *lavoro collaborativo*. Molti corsi di formazione, già oggi non prevedono più la presenza del docente in aula (tecnica tradizionale, denominata *frontale*) ma utilizzano sistemi informatici di *formazione a distanza*, o *e-learning*, con l'attivazione di *aule virtuali* che, ad esempio

via satellite, possono essere poste a migliaia di chilometri dalla sede del docente. Tutto ciò senza spostare fisicamente le persone e annullando i relativi costi, anche ambientali, di trasporto.

Altro settore dove la tecnologia può dare una mano all'ambiente è quello del trasporto: attraverso i sistemi satellitari di localizzazione (l'americano GPS, il prossimo europeo Galileo, il russo Glonass); con i sistemi di *info-mobilità* è possibile gestire in modo efficace le flotte dei mezzi di trasporto, monitorando in ogni istante la posizione dei veicoli, indirizzandoli verso i percorsi ottimali, verificando il traffico e limitando le congestioni. Inoltre, per il trasporto di merci pericolose, come rifiuti e scorie radioattive, sarebbe possibile certificare con precisione il percorso seguito da un mezzo, dal carico al conferimento al sito di destinazione, limitando così il drammatico, purtroppo ben noto, fenomeno dello sversamento in discarica abusiva. Certo, l'attuale incredibile sviluppo tecnologico ha i suoi lati inquietanti: "Il Grande Fratello vi guarda" <sup>(22)</sup>, era il monito del tiranno, e non c'è dubbio che oggi la tecnologia è in grado di controllare i comportamenti individuali in modo capillare. La velocità del cambiamento contemporaneo, la complessità di governo dei fenomeni globali, la frantumazione delle culture tradizionali e di antichi sistemi di valori non ancora sostituiti da nuovi, rischia di mettere nelle mani dei *tecnocrati* – come temeva Langer – lo sviluppo del mondo.

### ***Prodotti Ecolabel e politica europea SCP***

Proprio l'Unione Europea è stata spesso accusata di essere in mano a dei *tecnocrati*, ma è evidente che una questione così complessa come la modifica dei sistemi di produzione e dei modelli di consumo *deve* essere affrontata a livello europeo, e anche globale. Qualcosa in effetti sta accadendo. Dopo le reticenze degli stati produttori, che però hanno sottoscritto impegni a Johannesburg nel 2002, il Dipartimento Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (UNDESA), ha messo in campo il "Processo di Marrakech" (2003) dove sono state attivate le *task force* su "Educazione al Consumo sostenibile", "Produzione sostenibile"; "Stili di vita", "Turismo

---

<sup>22</sup> Da: "1984", romanzo di George Orwell

sostenibile”, a testimonianza di una presa di coscienza internazionale della gravità del problema.

In Europa sono stati emessi importanti regolamenti nella direzione della produzione e consumo eco-compatibile (Regolamento n.880 del 1992 aggiornato nel n.1980 del 17/7/2000). A seguito di questi regolamenti è stato istituito il marchio *Ecolabel* <sup>(23)</sup> di Qualità Ecologica destinato ai servizi e ai prodotti di largo consumo, che però non include alimentari e medicinali. I prodotti che superano i criteri molto severi di “compatibilità ambientale” e l’esame di un organismo indipendente – un comitato internazionale di 14 membri - possono fregiarsi del marchio Ecolabel e del simbolo di una margherita, che identifica i prodotti che rispettano l’ambiente.

L’analisi ambientale del ciclo di vita del prodotto in esame tiene conto del suo impatto complessivo sull’aria, sull’acqua, sui suoli, sui rifiuti, sulla fascia di ozono, sulla tutela delle biodiversità. nonché privilegia quelli che garantiscono risparmio energetico e delle risorse naturali.

Il marchio garantisce anche la qualità del prodotto in termini di efficacia: un detersivo “con la margherita”, oltre a inquinare di meno, deve lavare almeno altrettanto bene di uno che invece dell’ambiente non si cura.

Oggi il marchio della margherita non è ancora adeguatamente promosso in Italia, dove raramente tra i fattori di pubblicità di un prodotto si ritrova la “qualità ambientale”; eppure è evidente che la diffusione del marchio ecolabel è uno strumento fondamentale per indirizzare i consumatori verso le scelte a minor impatto ambientale.

Tutto ciò rientra nella politica europea sullo sviluppo sostenibile (EU SDS) che nel 2006 ha riconosciuto tra le priorità strategiche la “Produzione e il Consumo Sostenibile” (SCP) <sup>(24)</sup>. Purtroppo sino ad oggi non si sono visti effetti pratici di queste politiche, dato che l’effetto inquinante dei consumi è in continua crescita.

---

<sup>23</sup> Dal sito APAT: [http://www.apat.gov.it/certificazioni/site/it-IT/Ecolabel/Angolo\\_del\\_consumatore/](http://www.apat.gov.it/certificazioni/site/it-IT/Ecolabel/Angolo_del_consumatore/)

<sup>24</sup> Si può vedere ad es.: <http://www.dima.unimore.it/on-line/Home/documento23006397.html>

Eppure, nell'ambito delle *task force* identificate dal processo di Marrakesh, l'Italia è responsabile di quella denominata "Educazione al Consumo sostenibile", che è un punto fondamentale dell'apertura di un nuovo modello di consumo.

Bisognerà dunque incentivare con ogni mezzo, con l'educazione ma anche con la promozione, il consumo virtuoso e nel contempo penalizzare e disincentivare, anche sul piano fiscale, la *smania cosmica* consumistica. Bisognerà spingere, con impegno internazionale coerente e non più connivente, i paesi produttori a rispettare quanto essi stessi hanno sottoscritto.

Bisognerà limitare il fenomeno *low-cost* inserendo nel costo del prodotto anche i suoi *costi ambientali* e quelli del suo successivo smaltimento; andranno tutelati i lavoratori, per impedire che dietro al basso prezzo vi sia anche bieco sfruttamento delle risorse umane. Solo così, dando vita ad una nuova, positiva, *mutazione antropologica* dei produttori e dei consumatori, potremo garantire un futuro alle nuove generazioni.

Pierluigi Adami

*L'Autore:*

*Pierluigi Adami, ingegnere, scrittore, ecologista.*

*È responsabile del gruppo di Ingegneria dei Servizi e Applicazioni Multimediali in un'azienda che si occupa di comunicazioni spaziali.*

*Come scrittore, ha scritto un romanzo storico ("Seta e Canapa", Stango ed. 2003), racconti e sceneggiature per Cinema e TV; un suo copione ("La Natura delle cose") tratto dal soggetto vincitore del Premio Sacher di Nanni Moretti (2004) dovrebbe entrare in produzione nel 2008. Sta scrivendo un nuovo romanzo, "Canto della Terra".*

*Come ecologista ha partecipato al Comitato per la riduzione dell'impatto ambientale dell'aeroporto di Ciampino, dal 2007 è nel direttivo della Comunità Territoriale del*

*Municipio X di Roma, e nel 2008 ha partecipato alla fondazione del circolo “Alex Langer” degli Ecologisti democratici, a Roma.*