

Dice il saggio ... il consumismo e la lezione di Einstein

"Non possiamo pretendere che le cose cambino, se continuiamo a fare le stesse cose. La crisi è la più grande benedizione per le persone e le nazioni, perché la crisi porta progressi. La creatività nasce dall'angoscia come il giorno nasce dalla notte oscura. E' nella crisi che sorge l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi supera sé stesso senza essere 'superato'.

Chi attribuisce alla crisi i suoi fallimenti e difficoltà, violenta il suo stesso talento e dà più valore ai problemi che alle soluzioni. La vera crisi, è la crisi dell'incompetenza. L'inconveniente delle persone e delle nazioni è la pigrizia nel cercare soluzioni e vie di uscita. Senza crisi non ci sono sfide, senza sfide la vita è una routine, una lenta agonia. Senza crisi non c'è merito. E' nella crisi che emerge il meglio di ognuno, perché senza crisi tutti i venti sono solo lievi brezze. Parlare di crisi significa incrementarla, e tacere nella crisi è esaltare il conformismo. Invece, lavoriamo duro. Finiamola una volta per tutte con l'unica crisi pericolosa, che è la tragedia di non voler lottare per superarla."

Albert Einstein non è più con noi ma la sua intelligenza sì! Vale la pena rileggere ogni tanto queste parole.. certo, quando si è dentro la crisi non si può sapere se se ne uscirà, ma si può sapere se si ha voglia di uscirne.

E, certo, la crisi normalmente nasce dalla fine di qualcosa che non va più.. ed allora - ogni tanto ce lo diciamo - tra le cose che non vanno, c'è il nostro sistema "capital-consumistico", se non altro così come è oggi... Se è così, se è il sistema capital-consumistico che dobbiamo ripensare, mentre aspettiamo di riavere dei Governanti e magari cerchiamo di batterci per la salute della nostra democrazia... possiamo, ogni volta che compiamo scelte economiche, come anche comprare la frutta, pensare agli effetti che quel gesto produrrà... e chiederci se quegli effetti ci piacciono. I consumatori non sono solo un soggetto passivo... vittima di progetti di marketing "spaventosi" e soggetto da tutelare. I consumatori sono in parte i carnefici di se stessi. Pensarci come vittime del sistema legittima il sistema a vittimizzarci.

Un consumismo consapevole degli effetti delle proprie scelte è già un passo.

Tra l'altro, sempre Einstein - morto nel 1955 - ha affermato: "Le gravi catastrofi naturali reclamano un cambio di mentalità che obbliga ad abbandonare la logica del puro consumismo e a promuovere il rispetto della creazione."

Intuizioni geniali per essere nella prima metà del '900!

Ad esempio, quando scegliamo un prodotto, potremmo scegliere quello che ha meno imballaggi, quello che ha percorso meno strada per arrivare dove è venduto, quello che non è stato prodotto in violazione di diritti umani... o ancora, comprare una casa costruita senza sbancare altri appezzamenti di terra.. abbiamo solo l'imbarazzo della scelta..

Peraltro, in materia ambientale il concetto del coinvolgimento dei consumatori è rinvenibile tra i principi cardine della gestione dei rifiuti; il codice dell'ambiente prevede infatti la prevenzione della produzione del rifiuto e la collaborazione di tutti i soggetti coinvolti (art. 178, D. Lgs. 152/2006).

In realtà i consumatori che già da tempo orientano le proprie scelte economiche secondo i propri valori sono tanti. Lo confermano le etichette apposte su alcuni prodotti negli scaffali dei supermercati.

... Un altro delicato settore nel quale potremmo orientare le nostre scelte secondo i nostri valori è quello del lavoro: essere cioè consapevoli anche qui che il nostro apporto, tutt'altro che insignificante, rafforza questo o quell'altro sistema organizzato e quindi indirettamente ci danneggia o no come consumatori e cittadini. Ma qui m'imbatto nel mito del lavoro come fonte di solo guadagno economico e di questi tempi intravedo le critiche dei cercatori di lavoro, quel che sia sia, che mi danno della sognatrice e presuntuosa. E mi fermo.