



# Il manifesto **qubista**

Dalle scarpe di Francesco  
all'acqua di Grillo,  
l'epoca del **quanto basta**

di Guido Moltedo

*introduzione di Stefano Menichini*

## **VOGLIO UN PAESE**

*Voglio un paese,*

*Il cielo azzurro, il ramo verde, giallo il campo;*

*Che il luogo sia dei fiori e degli uccelli.*

*Voglio un paese,*

*Nessuna pena in testa, non nostalgia nel cuore;*

*E trovi fine la lotta tra fratelli.*

*Voglio un paese,*

*Non regni differenza fra il povero e il ricco, fra me e te;*

*E tutti copra un tetto nell'inverno.*

*Voglio un paese,*

*Sgorghi dall'anima la vita come amore;*

*E l'unica ragione del lamento, sia la morte.*

*Cahit Sitki Taranci, "Un uomo allo specchio"*

A Sandra

## **Viaggio nel nuovo benessere**

Quando sarà diventata una moda, sarà buon segno, per quanto superficiale: vorrà dire che forse cominciamo a uscire dalla crisi economica più grave del dopoguerra, e ciò che ora è un obbligo potrà diventare una specie di tratto distintivo à la page.

Ben prima di arrivare a quel momento, però, il mutamento di stile di vita è già qualcosa di più penetrante, duraturo. Non un ridimensionamento passeggero di consumi, pretese, ambizioni, bensì la scoperta che – sebbene spinti dalla necessità più che dalla voglia – alla fine davvero si può.

Si può avere di più e di meglio, consumando e spendendo di meno e per altre cose.

Lo spirito del tempo lo colgono, lo segnano e lo amplificano grandi leader mondiali. Ne parla diffusamente Guido Molledo in questo lavoro. Lo fanno un po' per calcolo, un po' per opportunità, un po' per piena coscienza. Cercano di invertire la rotta psicologica che per anni ha indotto le società non solo a perseguire l'ideale della crescita a ogni costo, ma a fissare standard di obiettivi personali e collettivi totalmente definiti dall'arricchimento, dal benessere nella sua forma più esibita, dall'opulenza perfino.

Papa Francesco costruisce intorno a questo tentativo il proprio messaggio e – operazione ai limiti del possibile – su questo prova a ricostruire le fondamenta spirituali e anche materiali della Chiesa di Roma.

I capi delle Nazioni, più prosaicamente se volete, hanno la necessità di mostrare il lato potenzialmente positivo, eticamente apprezzabile, di un ripiegamento in realtà obbligatorio, sicuramente e prevalentemente doloroso, dovuto dopo gli errori macroscopici di decenni.

Ma non sarà nel frame riaggiustato di un politico, si chiamasse pure Barack Obama, che gli individui posti brutalmente di fronte alla fine della certezza del benessere crescente troveranno gli stimoli e le ragioni per rimodulare le proprie esistenze e scoprire il valore positivo della famosa (in Italia ormai perfino proverbiale) sobrietà.

È necessaria la conoscenza e la diffusione capillare di comportamenti concreti, buone pratiche, esempi a portata di mano e di imitazione. Nessuno vuole sacrificarsi. Dalla pura rinuncia non può nascere alcuna consapevolezza duratura, rimarrà sempre un sottofondo di amarezza. Magari anche molto più di un sottofondo. E magari più di rabbia che di amarezza. La via giusta è un'altra, passa dall'offerta facilmente e immediatamente accessibile di nuove possibilità di consumo, di spostamento, di alimentazione – a costi più bassi, con meno impatto sul territorio e sulle comunità – che alla prova dei fatti si dimostrino davvero efficienti, fattori di nuova qualità e non di un

peggioramento delle condizioni precedenti.

Molledo fa un breve ma efficacissimo viaggio dentro queste opportunità, per capire se da interpretare un messaggio di assicurazione o addirittura adagiarsi su una nuova ideologia (perché anche questo, ahimè, c'è, fra i profeti della decrescita cosiddetta felice) possiamo passare a qualche esperienza più concreta, toccare con mano che nell'austerità dei comportamenti davvero possiamo trovare un pizzico più di tempo per noi, di buona salute per noi, di aria e acqua pulite per noi, di comodità per noi.

Senza rinunce penitenziali, perché quando abbiamo cercato di stare meglio non abbiamo commesso peccati (tanto meno li hanno commessi quei tre quarti del pianeta che grazie alla globalizzazione e alla crescita boom hanno lasciato alle proprie spalle secoli di fame, indigenza, analfabetismo, privazioni, epidemie).

E senza i fanatismi di chi il benessere non vorrebbe riconvertirlo e riparametrarlo, ma cancellarlo, nel nome di non si sa bene quale età dell'innocenza e della purezza.

Non dobbiamo fare ammenda né indossare il saio di Francesco: neanche il papa che porta il suo nome ce lo chiede. Dobbiamo solo applicare a una situazione mutata – e mutata per sempre – di risorse scarse, le conoscenze che il potente sviluppo economico e scientifico ci ha consegnato.

Si tratta di una operazione modernissima, forse di un vero e proprio adattamento della specie, nel quale vale la pena di spendere tutta l'intelligenza, tutta l'esperienza e tutta la capacità di visione astratta che ha fatto dell'umanità ciò che essa è.

Roba da specie animale evoluta. Quella stessa specie – per parafrasare i primi capitoli del libro di Guido Molledo – che a un certo punto della storia ha capito che sulla terra era meglio muoversi con le scarpe. Anche grossolane. Perfino bucate.

Stefano Menichini



## Indice

### **Viaggio nel nuovo benessere** di Stefano Menichini

Introduzione .....	pag 3
<b>“Sulla strada di Francesco”</b>	
primo capitolo .....	pag 7
<b>“Le scarpe raccontano”</b>	
secondo capitolo .....	pag 18
<b>“La politica indossa il saio”</b>	
terzo capitolo .....	pag 25
<b>“Vivere con meno. Con molto meno”</b>	
quarto capitolo .....	pag 32
<b>“Elogio della condivisione”</b>	
<b>Epilogo</b> .....	pag. 45

**Impaginazione e ricerca iconografica di Cinzia Caldarelli**

**Illustrazione della copertina di Stefano Navarrini**



## introduzione

La risonanza planetaria dell'elezione di Francesco, tra i cattolici ma anche tra i non credenti, non può essere spiegata solo con la personalità originale ed espansiva del papa argentino, esaltata dal contrasto con la figura severa e riservata del suo predecessore. E se i suoi ripetuti e accorati appelli alla chiesa affinché si occupi dei poveri e della povertà e sia essa stessa povera trovano vasta eco e scuotono le coscienze anche oltre il perimetro religioso, non è solo perché rimbalzano su un'umanità dolente, colpita da una crisi che non sembra finire mai e che ha aperto squarci di miseria anche nelle parti ricche dell'Occidente.

C'è di più e di più profondo.

L'irruzione sulla scena mondiale di un personaggio come Jorge Mario Bergoglio è in perfetta sintonia con l'affermarsi, nei paesi occidentali e non solo, di istanze di cambiamento del modello di sviluppo che ha condotto le nostre società sul ciglio del burrone. Posizioni ritenute per lungo tempo minoritarie e liquidate con alterigia dai detentori del discorso dominante trovano un'imprevista legittimazione.

Sì, quelle che fino a poco tempo fa erano considerate fissazioni di pochi fanatici o utopie aristocratiche di benestanti annoiati, d'improvviso sono accolte come visioni realistiche da prendere in seria considerazione per ridisegnare un mondo più giusto. Per dirne una: la Banca popolare etica, che in Italia esiste dal 1999, sembrava concepita giusto per appagare l'intransigenza dei puri e duri che non intendono partecipare, con i propri risparmi, a investimenti nell'industria militare. L'idea stessa di una "finanza etica" appariva un ossimoro infantile di fronte al "realismo" finanziario dei giganti degli sportelli bancari. Oggi non sono

forse i grandi banchieri a rivelarsi pericolosamente infantili con i loro giochi finanziari sulla pelle dei risparmiatori?

Sospinti dall'incredibile forza moltiplicativa e pervasiva delle nuove tecnologie della conoscenza e dei social media, stili di vita all'insegna della sobrietà e dell'etica, un tempo considerati stravaganti, conquistano ogni giorno di più centralità nella decadenza della società dello spreco. Il clima cambia rapidamente. Certe parole del papa, certi suoi comportamenti, il costante richiamo all'altruismo, sia pure nella loro peculiarità e sia pure molto indirettamente, trovano eco – per esempio - nella decisione dell'imprenditore Diego Della Valle di destinare l'uno per cento dell'utile netto del suo gruppo, Tod's, «a tutto quello che riguarda la solidarietà, con attenzione forte al territorio», per sostenere, come ha spiegato, «il mondo dell'infanzia, dei vecchi e quello dei giovani che entrano nel mondo del lavoro». C'è perfino una certa assonanza tra Bergoglio e iniziative come "Let's Move", la campagna contro l'obesità infantile condotta da Michelle Obama, o quella contro l'abuso delle bevande gasate lanciata dal sindaco di New York Michael Bloomberg. E i richiami del papa risuonano bene in un dibattito che vede giornali come il *New York Times* e l'*Economist* dedicare sempre più spazio all'economia della condivisione e alle idee di semplificazione e riduzione dei nostri consumi.

I tempi sono maturi per un ripensamento in profondità del nostro stile di vita, che non sia visto e vissuto come una crociata anti-moderna e come un rosario di sacrifici e di rinunce dolorose alle comodità e all'infinita offerta di beni del consumismo ma come una visione più solidale e consapevole del nostro stare insieme, cittadini e consumatori, e pertanto più appagante rispetto al "benessere" nevrotico dello sperpero. Meno è meglio. È l'epoca del quanto basta. È l'ora dei "qubisti".

Quando Enrico Berlinguer, in due importanti discorsi del 1977, a Roma e a Milano, propose l'austerità quale chiave culturale e politica per costruire un nuovo modello di sviluppo, ebbe più critiche che consensi. «Per noi l'austerità, spiegò il segretario del Pci, è il mezzo per contrastare alle radici e porre le basi del superamento di un sistema che è entrato in una crisi strutturale e di fondo, non congiunturale, di quel sistema i cui caratteri distintivi sono lo spreco e lo sperpero, l'esaltazione di particolarismi e dell'individualismo più sfrenati,



Berlinguer  
in barca a  
vela nella sua  
Sintino

del consumismo più dissennato». Spiegò: «Così concepita l'austerità diventa arma di lotta moderna e aggiornata». Oggi non c'è una parola di quelle frasi che appaia fuori posto. Ma allora furono considerate espressione di una visione arcaica del nostro paese e in contrasto con le esigenze del suo sviluppo e modernizzazione. Gli fu successivamente contrapposta - dopo la sua scomparsa, con una buona dose di risentimento postumo, anche da parte di diversi esponenti dei partiti eredi del Pci - la visione di Bettino Craxi, riformista in sintonia, lui

sì, con l'Italia moderna che cresceva! E perfino il suo rigore morale, che rispecchiava il senso del suo richiamo all'austerità e gli conferiva autenticità, era giudicato fuori tempo e fuori luogo. Un impaccio di cui liberarsi al più presto.

Anche a Pier Paolo Pasolini furono riservate critiche dello stesso tenore, quando denunciava l'inarrestabile processo di trasformazione antropologica degli italiani imbambolati dal consumismo. «Nei primi anni Sessanta, a causa dell'inquinamento dell'aria, e, soprattutto, in campagna, a causa dell'inquinamento dell'acqua (gli azzurri fiumi e le rogge trasparenti) sono cominciate a scomparire le lucciole. Il fenomeno è stato fulmineo e folgorante. Dopo pochi anni le lucciole non c'erano più. (Sono ora un ricordo, abbastanza straziante, del passato: e un uomo anziano che abbia un tale ricordo, non può riconoscere nei nuovi giovani se stesso giovane, e dunque non può più avere i bei rimpianti di una volta). Quel "qualcosa" che è accaduto una decina di anni fa lo chiamerò dunque "scomparsa delle lucciole"». È il brano centrale de *Il vuoto del potere* ovvero *L'articolo delle lucciole*, scritto da Pasolini per il *Corriere della sera* del primo febbraio 1975. Qualcuno, oggi, potrebbe definirlo nostalgico o arcaico o "di destra", come fecero allora? Caso mai profetico.

Ma se un simile cambiamento di percezione avviene oggi, non è solo perché, per l'ennesima volta, si vive uno dei periodi di crisi ciclici del sistema capitalistico e adesso quel che negli anni Settanta non venne capito appare più chiaro. Indubbiamente c'è anche questo. Ma, innanzitutto, la crisi attuale ha caratteri molto diversi da quelli precedenti. E diversamente dal passato, oggi la "saggezza convenzionale" non è quella dell'edoardiano "addà passa' a



Pier Paolo  
Pasolini

nuttata”. Si capisce che non siamo semplicemente dentro un ciclo congiunturale negativo, ma dentro una crisi del capitalismo stesso. Ecco perché certe idee di nuova società, forse ancora immature fino ai tempi recenti, si fanno strada e, di converso, certi comportamenti di spreco e di ostentazione invidiati e considerati segni di status symbol, ora appaiono stridenti e insopportabili. Non è solo la campagna contro la casta a rendere grottesca e odiosa l'auto blu. Quando è il papa argentino a scegliere di andare a piedi lasciando esterrefatti il suo seguito di porporati e guardie del corpo, e tutti applaudono, significa che il clima generale è andato molto più avanti rispetto a quello del pur legittimo e comprensibile risentimento verso i potenti e i loro privilegi. Significa che il mondo sta forse davvero imboccando con convinzione la strada indicata da papa Francesco.

primo capitolo

## Le scarpe raccontano

La storia, la puoi scrivere anche con le scarpe. Come quelle nere e “vissute” che si scorgono sotto l'abito bianco del papa venuto da lontano. Dalla fine del mondo. Ci parlano della trasformazione del pontificato messa in moto da Francesco, più di qualsiasi discorso o gesto esplicito. Si può addirittura marcare la scansione di certe epoche storiche, nella fase critica della transizione da una all'altra, segnando il momento cruciale del passaggio con episodi legati a calzature diventate celebri, non per la loro eleganza, ma per la loro consumazione.



Le scarpe nere e “vissute” di Francesco

Sì, basta un banale paio di scarpe, una suola logorata e consumata, un colore eccentrico o comune, per raccontare un'epoca e le sue contraddizioni. Nell'atrio del Central Regional Airport di Bloomington, nello stato dell'Illinois, c'è una statua bronzea di Adlai Stevenson II, la posa del passeggero in attesa di un volo, seduto su una panchina, le gambe distese e accavallate, e poggiate su una valigia. E ben in vista un clamoroso buco nella suola sinistra. Di famiglia patrizia e benestante, una dinastia di politici illustri, l'aspirante presidente degli Stati Uniti, era stato al centro delle cronache per il suo legame romantico con Lauren Bacall e con l'icona del *Washington Post* Katherine Graham, e per i suoi ripetuti e vani tentativi di conquista della Casa Bianca. Tra questi, l'inutile sfida nelle primarie democratiche nel 1960 contro John Kennedy. Seppure più volte sconfitto, resta nella storia politica



La statua di  
Adlai Stevenson  
a Bloomington  
e, in basso, una  
sua foto

americana un personaggio di rilievo. Anche in virtù di una foto scattata da Bill Gallagher del *Flint Journal*, nel corso della sua prima corsa presidenziale. Si vedeva Stevenson seduto su un divano mentre leggeva degli appunti, le gambe accavallate tanto che si poteva scorgere la suola di una scarpa consumata e bucata. Immagine imbarazzante, dissero preoccupati i suoi consiglieri. Macché. Gallagher vinse il premio Pulitzer nel 1953, per quello scatto, e a Stevenson gli sarebbe stato dedicato un monumento. Perché quella “suola immortale”, come la definisce un testimone di quei tempi, Bill Stephenson, divenne e resta l'emblema di una campagna nella quale i candidati sono disposti a camminare miglia e miglia tra la gente, con uno stile frugale.



Quell'immagine di Stevenson torna d'attualità, anche se con i dovuti scongiuri, nel 2008, durante la campagna elettorale di Barack Obama. Accade quando fa il giro del mondo una foto del candidato democratico, i piedi poggiate sulla scrivania come piace agli americani, due vistosi buchi nelle soles. La scattò nel gennaio 2008, a Providence, Collie Shell, che aveva seguito tutta la campagna di Obama. Quelle



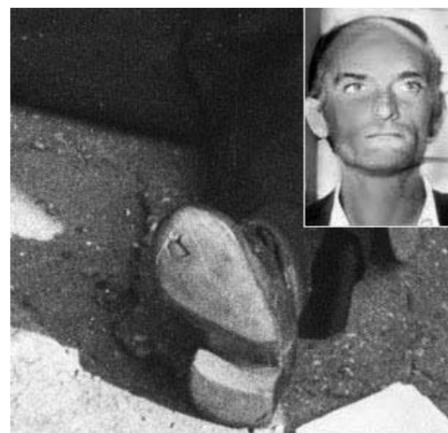
Barack Obama a Providence nel 2008

scarpe, confidò a Collie, erano già state risuolate. A rimarcare quant'America aveva attraversato a piedi per guadagnarsi la presidenza.

Le calzature trascurate sono il simbolo più forte della sobrietà, il segno più evidente di un'inclinazione a stare fisicamente tra la gente. E questo tratto caratteristico è in genere messo in contrappunto con la spensierata vanità del personaggio o dei personaggi designati ad avere il ruolo opposto e negativo della storia, e così a rafforzare l'immagine del protagonista

positivo ed esemplare. Obama non è come la numero due del *ticket* rivale, Sarah Palin, che la blogosfera di sinistra mette a confronto con il candidato democratico, rimarcando che il Partito repubblicano ha messo a disposizione sua e della sua famiglia 150.000 dollari solo per "accessoriarla". Così come viene sottolineato e ripetuto che le scarpe di Francesco non sono raffinate e stile Prada - in realtà realizzate dall'artigiano Stefanelli - come quelle rosse di capretto e cuoio indossate da Benedetto, che definirono irrevocabilmente l'era "regale" di Ratzinger. Eppure il papa bavarese non le portava «per un vezzo modaiolo - come fece notare Paolo Rodari su *Repubblica* - ma perché il rosso, colore anche del mantello, del cappello e della mozzetta, è il colore del martiri». Per giunta non le calzavano anche i suoi predecessori?

### Il giudice dalla scarpa bucata



La scarpa del giudice Amato

Se si fa un salto all'indietro di tre decenni, in un'altra epoca spartiacque, quale fu quella degli "anni di piombo", c'è un altro episodio che definisce bene quella fase, e che ha per protagonista una scarpa rotta. Quando la mattina del 23 giugno 1980 il magistrato quarantaduenne Mario Amato, sposato, due figli piccoli, fu ucciso nei pressi della fermata del 395 a viale Jonio, si seppe poi che, niente auto blindata, zero scorta, la sua vecchia Simca targata Trento era in riparazione, e che fu costretto a prendere l'autobus per andare in tribunale dove l'attendevano 600 faldoni. Indagava, da solo, sulla destra eversiva, che l'avrebbe eliminato. Non aveva neppure il tempo di portare le scarpe rotte dal calzolaio e così l'immagine del suo corpo straziato e della suola bucata divenne uno dei simboli di quegli anni violenti, rafforzato dal contrappunto del racconto del brindisi a base di champagne e ostriche con cui i mandanti Giusva Fioravanti e Francesca Mambro, con uno dei due sicari, Gilberto Cavallini, che li raggiunge in Veneto, festeggiano l'omicidio.

Quel buco è l'emblema del periodo più cupo del nostro dopoguerra. Come, al rovescio, una ventina d'anni dopo, le famose scarpe di un leader politico di primo piano, nell'estate del 2000, narrano un'epoca e una classe politica che tentano di buttarsi alle spalle "il moralismo di un certo tipo", "de sinistra". Si favoleggia di

un costo superiore al milione e mezzo di lire per un paio di scarpe confezionate su misura da un artigiano calabrese, una notizia che Massimo D'Alema inutilmente smentisce più volte, definendola, in una replica a Francesco Merlo, «una vicenda irrilevante e soprattutto inesistente». Inesistente, forse, ma tutt'altro che irrilevante, perché quell'immagine calza a pennello al teorema del dirigente post-comunista che si vuole sbarazzare del vecchio rigore di Botteghe Oscure e dell'austerità berlingueriana per fare il suo ingresso nei salotti buoni del potere. Non è vero? Che importa?, funziona.

### I scarp del tennis

Oggi una vicenda così avrebbe anche maggiore risonanza. Oggi le scarpe *cult* sono quelle poggiate sulla bara di Enzo Jannacci. "El portava i scarp del tennis, / el gh'aveva dù oeucc de bon; / l'era el primm a menà via / perché l'era un barbon". Un *flashback* che ci parla della Milano di cinquant'anni fa, la Milano del miracolo economico ma al tempo stesso la città degli emarginati che dieci anni prima popolano il mondo descritto da De Sica in *Miracolo a Milano*. Con *i scarp del tennis* Jannacci canta la sua amata città, dà voce con il dialetto milanese ai poveri, agli emarginati, agli ultimi, come il vagabondo che prega un "sciur" per salire sulla macchina bella "per andare all'Idroscalo", ma a lui, al "barbun", importa solo fare un giro in auto. «Allora - era il 1964 - tutte le scarpe erano definite da tennis, tranne quelle da calcio o da ciclismo, declassate a "scarpini". Le scarpe da tennis erano sportive: da ginnastica, da pallavolo, da pallacanestro. Erano alternative: da poveri, da contestatori, da radicali. Erano universali: cittadine, campagnole, casalinghe. Erano quasi anonime: nike era ancora la dea alata della vittoria, puma un felino delle montagne, e quando apparvero le prime Adidas e Converse il massimo della concorrenza si chiamava Superga e Valsport». È l'Italia degli anni Sessanta, quella descritta da Marco Pastonesi sulla *Gazzetta dello Sport*, attraverso il prisma delle scarpe da tennis di Jannacci. Adesso viviamo in un'altra Italia. Ma i poveri non sono andati via. Gli emarginati. I vagabondi. Così, a omaggiare l'artista scomparso, con particolare commozione e ammirazione, è la rivista *Scarp de' tenis*, mensile di strada scritto e venduto da persone che la strada l'hanno conosciuta bene. «La morte di Jannacci non ci fa solo dispiacere - raccontano dalla redazione a Marco Perillo del *Corriere del Mezzogiorno* - ci restituisce la consapevolezza che l'essere qui oggi, una redazione di quattro operatori e quattordici fra venditori e redattori rintraccia uno dei suoi fili di origine nella storia d'amore del barbone che portava le "scarp de' tenis". Ecco l'omaggio dei redattori di *Scarp Napoli* al poeta degli ultimi». Giuseppe racconta: «Le scarpe da ginnastica erano e sono un po' l'emblema di chi vive per strada; la canzone ebbe un grande successo non prevedibile. Erano gli anni in cui la canzone sociale non andava; lui quel contenuto lo sentiva veramente e la gente percepì quei sentimenti reali, il nome del nostro



Un paio di scarpe da tennis accanto alla bara di Jannacci

giornale viene dalla sua anima». E Domenico: «Grazie a lui che nel 1964 raccontò quella storia d'amore pronunciamo ogni giorno il titolo della sua canzone, in dieci redazioni in tutt'Italia, siamo 150 venditori e *Scarp de' Tennis* è il nostro lavoro. Umberto: «Quando la sua canzone è diventata un giornale lui è stato contento e ha scritto degli articoli così ha voluto stare vicino ai poveri di cui non parlava nessuno».

### Bergoglio dal calzolaio

Eccoci dunque nella nostra epoca arrabbiata e confusa, che trova un barlume di speranza in quelle scarpe nere che, come si apprenderà, il papa si è fatto portare da Buenos Aires dopo l'elezione. Virginia Bonar, collaboratrice del cardinale Jorge Mario Bergoglio nell'ufficio comunicazioni sociali dell'arcivescovado porteno, rivela che al pontefice le ha consegnate il vescovo ausiliare, monsignor Eduardo Garcia, «al quale le avevano affidate chiuse in una scatola sigillata, così lui pensava di aver portato al papa un paio di scarpe nuove. E invece quando la scatola è stata aperta si è accorto che le scarpe erano state semplicemente ricucite». Erano le scarpe vecchie che il cardinale Bergoglio aveva lasciato a riparare prima di partire per Roma. «Sono tutte deformate, probabilmente ha scelto una misura in più per stare comodo, si vede dai lacci che si aprono sul collo», spiega a Riccardo Bruno del *Corriere* uno che se ne intende, il novarese Adriano Stefanelli, il calzolaio dei papi.

Le scarpe non papali diventano il tratto distintivo dell'uomo e fanno correre veloce la leggenda del pontefice dei poveri e dei diseredati, del papa che vuole spalancare porte e finestre della chiesa di Roma perché entri aria nuova e perché la loro voce sia ascoltata. «Stesse scarpe per anni e anni, scarpe comode per camminare – racconta Liana Mistretta sul *Mondo di Annibale* - perché a Buenos Aires il cardinale Bergoglio amava andare in giro a piedi. E se si faceva sentire la stanchezza, al massimo in metropolitana o in autobus, come lo ritrae una foto che fatto il giro del mondo. Sempre tra la gente, dalla cattedrale in Plaza de Mayo ai quartieri più poveri, sempre tra chi aveva più bisogno di lui».

È uno stile spontaneo e autentico che, proprio per questo, conquista e che, al tempo stesso, è un programma preciso, tutt'altro che casuale. Lo notano per primi i vaticanisti, abituati a interpretare ogni minimo segno e indizio che viene dalle sacre stanze come l'indicazione di una linea di condotta del pontificato, attribuendo ad essi un significato a volte superiore agli atti e alle parole ufficiali del pontefice. Scrive Franca Giansoldati, esperta di cose vaticane per *Il Messaggero*: «Le scarpe un po' scalcagnate nere, la croce di ferro, l'abolizione delle auto di lusso per andare sul pulmino, la diminuzione della scorta, andare a pagare il conto dell'albergo direttamente, telefonare agli amici di sempre con la stessa naturalezza. "Continuate a chiamarmi padre Bergoglio". Insomma, tutti segni che indicano che Francesco riformerà, snellerà la curia, ridurrà gli sprechi e imporrà uno stile di vita più sobrio». Giansoldati cita Umberto Eco che «nel suo trattato di semiotica scrive

che i segni già nel medioevo erano definiti "qualcosa che sta per qualcos'altro". I simboli possono fare riferimento ad una realtà che trascende il quotidiano e che comprende la realtà degli uomini, ma il simbolo non include solo una associazione di contenuti, ma un insieme di emozioni che partono dal vissuto di una persona e che possono avere un valore universale. Ecco che allora i gesti di Francesco ci mostrano la sua visione: un governo più snello, più vicino alla gente, più spartano e semplice con un papa che continua la linea di Ratzinger ma evangelizza con la testimonianza diretta».

### Quelle parole di Carlo Maria Martini

Su un sito di giovanissimi blogger leccesi, *Menti informatiche*, anche Luca è colpito dalle «comunissime scarpe nere con i lacci, diventate "griffe" di un pontificato senza pantofola purpurea». Perché Bergoglio-Francesco ha imboccato «un cammino radicale di semplicità. Quasi gli risuonassero nelle orecchie le parole del suo confratello morente Carlo Maria Martini». Già, come non ricordare quanto disse nella sua ultima intervista? Parlando con padre Georg Sporschill, il confratello gesuita che lo intervistò in *Conversazioni notturne a Gerusalemme* e con Federica Radice, l'8 agosto scorso, il cardinale emerito di Milano affermò: «La Chiesa è stanca, nell'Europa del benessere e in America. La nostra cultura è invecchiata, le nostre chiese sono grandi, le nostre case religiose sono vuote e l'apparato burocratico della chiesa lievita, i nostri riti e i nostri abiti sono pomposi. Queste cose esprimono quello che noi siamo oggi? Il benessere pesa. Noi ci troviamo lì come il giovane ricco che triste se ne andò via quando Gesù lo chiamò per farlo diventare suo discepolo. Lo so che non possiamo lasciare tutto con facilità. Quanto meno però potremmo cercare uomini che siano liberi e più vicini al prossimo. Come lo sono stati il vescovo Romero e i martiri gesuiti di El Salvador. Dove sono da noi gli eroi a cui ispirarci? Per nessuna ragione dobbiamo limitarli con i vincoli istituzionali».

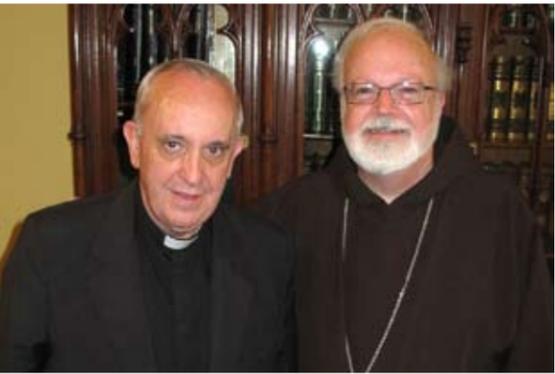
In sintonia con il senso profondo di quelle parole, Bergoglio sceglie di chiamarsi Francesco. *Nomen omen*, un nome, un presagio: «Vorrei una Chiesa povera e per i poveri, per questo ho scelto il nome Francesco, come Francesco D'Assisi» che fu «uomo di pace» e rappresenta «l'uomo che ama e custodisce il Creato e noi oggi abbiamo una relazione non tanto buona con il Creato». Hans Kung, il grande teologo di Tubinga, sottolinea, in un'intervista a Riccardo Cristiano del *Gr Rai* come quel nome sia «l'indice di un programma di governo» perché San Francesco fu nemico della chiesa del più illustre papa medievale, Innocenzo III, «simbolo di una chiesa potente e inquisitrice». «Evidentemente intende rimanere dalla parte dei poveri, degli umili»

L'informalità di questo papa è inevitabilmente messa in contrappunto con l'enfasi formalista del suo predecessore, un raffronto che irrita chi, dentro e fuori del Vaticano, si sente minacciato da un personaggio che, essendo la guida della chiesa, propone, con il suo esempio, uno stile a cui uniformarsi. Uno stile



Un'immagine "informale" del cardinal Martini

che non può restare un suo tratto personale da contemplare e ammirare ma diventa necessariamente un modello da seguire. Peraltro quasi quotidianamente confermato e rafforzato da decisioni e scelte di inequivocabile significato. Quando il pontefice argentino fa sapere che risiederà nella Domus Sancta Marthae, la residenza vaticana dove hanno alloggiato i cardinali durante il conclave e dove normalmente abita qualche dozzina di preti e vescovi in servizio all'interno del Vaticano, quale principe della chiesa, d'ora in poi, potrà concedersi residenze sfarzose con vasche Jacuzzi e biancheria intima Dolce e Gabbana? Tanto più, a chi non l'avesse ancora capito, il papa fa sapere attraverso il suo portavoce il perché della scelta: è una «forma di abitazione semplice e in convivenza con altri sacerdoti e vescovi», spiega padre Federico Lombardi, e «pensa di vivere in modo normale e molto semplice». Rimanendo a Santa Marta, aggiunge il portavoce, Francesco potrà vivere «insieme ad altri membri del clero», rifiutando invece il lussuoso isolamento dell'appartamento pontificio.



I cardinali  
Bergoglio e  
O'Malley

L'informalità di questo papa è inevitabilmente messa in contrappunto con l'enfasi formalista del suo predecessore, un raffronto che irrita chi, dentro e fuori del Vaticano, si sente minacciato da un personaggio che, essendo la guida della chiesa, propone, con il suo esempio, uno stile a cui uniformarsi. Uno stile che non può restare un suo tratto personale da contemplare e ammirare ma diventa necessariamente un modello da seguire. Peraltro quasi quotidianamente confermato e rafforzato da decisioni e scelte di inequivocabile significato. Quando il pontefice argentino fa sapere che risiederà nella Domus Sancta Marthae, la residenza vaticana dove hanno alloggiato i cardinali durante il conclave e dove normalmente abita qualche dozzina di preti e vescovi in servizio all'interno del Vaticano, quale principe della chiesa, d'ora in poi, potrà concedersi residenze sfarzose con vasche Jacuzzi e biancheria intima Dolce e Gabbana? Tanto più, a chi non l'avesse ancora capito, il papa fa sapere attraverso il suo portavoce il perché della scelta: è una «forma di abitazione semplice e in convivenza con altri sacerdoti e vescovi», spiega padre Federico Lombardi, e «pensa di vivere in modo normale e molto semplice». Rimanendo a Santa Marta, aggiunge il portavoce, Francesco potrà vivere «insieme ad altri membri del clero», rifiutando invece il lussuoso isolamento dell'appartamento pontificio.

### «Bambini, il sudario non ha tasche»

Nell'omelia delle Palme, di fronte a 250.000 fedeli, Francesco ricorda la nonna. Che diceva al nipote: «il denaro non puoi portarlo con te». Il papa parla a braccio, scandisce con naturalezza che la «sete di denaro» è sete inutile: «E poi nessuno lo può portare con sé, il denaro lo deve lasciare. La mia nonna ci diceva "bambini, il sudario non ha tasche"». Spiega: «La nostra non è una gioia che nasce dal

possedere tante cose, ma nasce dall'aver incontrato una Persona: Gesù, che è in mezzo a noi».

La linea tracciata fin dal 13 marzo, fin dai primi istanti del nuovo pontificato – gioiosa austerità e semplicità – diventa, nella settimana della resurrezione di Cristo, un manifesto programmatico che ha al suo centro il valore effimero del denaro e del possesso. Nessuna sorpresa per chi ha seguito passo dopo passo il suo tragitto, da cardinale che non figurava neppure nei toto-papa della vigilia del conclave a capo della chiesa cattolica, dotato di un carisma tale da rendere, nel giro di pochi giorni, un pallido ricordo il suo predecessore. Un carisma basato innanzitutto sulla capacità di comunicare autenticità nel suo predicare sobrietà, e coerenza tra il dire e il fare, tra l'essere e l'apparire.

Quando fu eletto duecentosessantacinquesimo papa Joseph Aloisius Ratzinger, il 19 aprile 2005, Bergoglio fu il suo principale rivale in conclave. Otto anni sciupati? Nel 2008, tre anni dopo, l'America avrebbe eletto il primo presidente africano-americano, scrivendo una pagina storica. Eleggendo già allora un papa proveniente dalle Americhe, piuttosto che il custode dell'ortodossia, la chiesa cattolica avrebbe preceduto gli Usa nel cogliere il cambiamento epocale che era nell'aria da tempo. Ma evidentemente una scelta così non era ancora matura. Oggi che si realizza, essa sembra tuttavia perfettamente in sintonia con la trasformazione di vasta portata e di grande profondità che, con l'inizio del secondo decennio del secondo millennio, investe il pianeta, in coincidenza o per causa della congiuntura economica. È un mondo in sofferenza, quello che dà il benvenuto a Francesco, un mondo che chiede di vedere all'opera nuovi leader in sintonia con i cambiamenti in corso.

L'elezione di Bergoglio è salutata non solo dai cattolici, ma anche dai non credenti, come la novità che tutti invocavano da tempo. Perché interpreta lo spirito del tempo. La durezza e la durata della crisi hanno messo a nudo diseguaglianze enormi e intollerabili. Privilegi. Caste. E forme diffuse e gravi di vecchie e nuove povertà, anche nel ricco Occidente. L'efficace sintesi del 99 per cento che non ce la fa e dell'uno per cento che possiede tutto non è solo la bandiera di *Occupy Wall Street* ma è uno slogan che trova eco dappertutto nel mondo. Papa Francesco solleva il velo sul dramma della povertà che tutti conoscono ma di cui molto poco si parla sui media. Sul *New York Times*, la garante dei lettori Margaret Sullivan osserva che, ora, grazie al papa «la povertà è nelle notizie», il che solleva l'interrogativo sulla virtuale assenza del tema «quando non c'è un papa nuovo». Sullivan riferisce quanto scrive Dan Froomkin, autore di un lungo articolo su *Nieman Reports*: «Quasi cinquanta milioni di americani – circa uno su sei – vivono in povertà, definita come un reddito sotto i 17.068 dollari l'anno per una famiglia di quattro persone. Eppure gran parte degli organi d'informazione ignora largamente il tema». La *public editor* striglia il *New York Times*, che non si distingue dagli altri giornali, e si rivolge ai lettori perché dicano la loro opinione su quest'insufficienza. Insomma, il papa agita anche le acque di un sistema della comunicazione neghittoso nei confronti del *problema* del nostro tempo.

## L'uomo della pace e gli F-35

Scegliendo il nome Francesco, «l'uomo della povertà, l'uomo della pace, l'uomo che ama e custodisce il creato», Bergoglio mette in luce le tre principali contraddizioni dei tempi nostri: diseguaglianze, conflitti, ambiente violentato. Quando allude all'«uomo della pace», è evidente il riferimento alle troppe guerre ancora in corso. Ma anche all'assurdità di spese militari fuori misura e neanche ormai *giustificate* da nemici incombenti, come nella guerra fredda. Anche qui la sua sintonia con l'umore del tempo è straordinaria. Sarà pure poco più che simbolica, ma la cura dimagrante imposta al Pentagono dall'amministrazione Obama non ha precedenti e fino a poco tempo fa sarebbe stata semplicemente impensabile. E sarà di sicuro una coincidenza, ma colpisce che sia scoppiato, nelle settimane precedenti l'elezione di Bergoglio, il caso dell'F-35, che è allo studio da molto tempo e al quale sono stati già destinati cospicui finanziamenti.

La vicenda, stigmatizzata a lungo solo dalle associazioni pacifiste, diventa il caso esemplare dell'ottusità pericolosa e spendacciona del «complesso militare-industriale» (espressione coniata non da un antimilitarista estremista, ma dal presidente Dwight «Ike» Eisenhower, già comandante in capo delle Forze alleate in Europa nella seconda guerra mondiale, che nel suo discorso di congedo dalla nazione al termine del secondo mandato, il 17 gennaio 1961, metteva in guardia gli americani dagli interessi elefantiaci e intrecciati dell'*establishment* e dell'industria militare).

Un tempo sarebbe stato argomento intrattabile per la politica, anche per i partiti di sinistra, ma oggi lo scandalo degli F-35 è messo in piazza dalla «bibbia» dell'industria aerospaziale, *Aviation Week & Space Technology*. Che ha aperto la diga al torrente di critiche nei confronti del progetto del caccia multiruolo (che interessa anche l'apparato militare-industriale italiano e le nostre forze armate) sia per la consistente lievitazione dei suoi costi sia per i numerosi e pesanti problemi che presenta l'aereo. Ma perfino per la sua stessa efficacia strategica, che è messa in questione da diversi punti di vista. Il Pentagono ha ordinato 2.457 jet, 396 miliardi di dollari, il doppio di quanto preventivato nel 2001. A cui vanno aggiunti cinque miliardi di dollari, già spesi, per i pezzi di ricambio necessari per la flotta di aerei già in dotazione, dato il protrarsi dei tempi della messa in produzione di nuovi caccia. Dovuta a sua volta all'emergere di una varietà di rilevanti guai tecnici e tecnologici. Infatti, le forze armate americane hanno dovuto già spendere 373 milioni di dollari per riparare gli aerei acquistati e in operazione. Si prevede che, alla fine, la spesa per le riparazioni arriverà a otto miliardi di dollari. Un'arma costosa, problematica, inaffidabile, dunque. E inutile nell'epoca degli aerei senza



Il caccia multiruolo F-35

pilota e dell'enfasi strategica da parte statunitense nel Pacifico, un'area troppo vasta per un caccia di corto raggio come l'F-35.

Un *report* dello scorso gennaio, redatto dallo stesso Pentagono e destinato al Congresso, ammette «la mancanza di maturità» del progetto. Otto paesi alleati degli Stati Uniti hanno ordinato quest'aereo di quinta generazione: Gran Bretagna, Canada, Turchia, Olanda, Danimarca, Norvegia, Australia e Italia. Il Canada ha fatto sapere a dicembre che sta prendendo in esame alternative all'acquisto programmato di sessantacinque F-35, dopo che, riferisce *Time*, «un'analisi indipendente ha calcolato in quarantasei miliardi di dollari il loro costo di vita, quasi il doppio delle stime iniziali». Anche l'Australia è intenzionata a ridurre l'acquisto previsto. E l'Italia? Ne ha ordinati novanta, ancora troppi rispetto ai 131 dell'ordine iniziale. Chiederne la cancellazione oggi non è un tabù. Forse, è la prima volta che non si sentono sole ed eccentriche le associazioni pacifiste, adesso riunite nella campagna «*Taglia le ali alle armi*» per dire *no* all'acquisto dei caccia F-35 (Rete disarmo, Sbilanciamoci e Tavola della pace).

La vicenda insegna che mettere mano a politiche di riconversione dell'industria militare e di revisione delle dimensioni e dei compiti delle forze armate non solo oggi è possibile ma realistico. C'è già qualche ulteriore segnale, in questo senso. Infatti, per la prima volta dal 1998, si è registrata una diminuzione delle spese per le forze armate nel mondo. Secondo lo Stockholm International Peace Research Institute (Sipri), il bilancio militare mondiale nel 2012 è stato di 1340 miliardi di euro. Una riduzione dello 0.5 per cento rispetto all'anno precedente. La percentuale sarebbe anche maggiore se la diminuzione dei budget militari nei paesi occidentali non fosse compensata dalla loro crescita in Russia, in Cina e in paesi come l'Arabia Saudita e l'Algeria. Rimane il fatto, come si osservava prima, che gli Usa, il paese di gran lunga più armato al mondo, sta sottoponendo il bilancio del Pentagono a riduzioni (meno sei per cento nel 2012) inimmaginabili solo pochi anni fa, mentre erano in corso due guerre contemporaneamente. Nel 2012 la quota americana delle spese militari mondiali è scesa sotto il quaranta per cento. Resta ancora incredibilmente alta. Ma almeno si può sperare che l'apparato militare non sia più una «vacca sacra» intoccabile.

## La filosofia dei beni comuni

Nel mondo, di fronte all'instabilità e all'indigenza che avanzano, non c'è solo risentimento e smarrimento. Non c'è solo protesta. La lettura di Marx torna in auge come chiave per capire gli inganni del capitalismo, il liberismo diventa una parolaccia. Contemporaneamente si affermano idee e visioni «propositive», molto in voga da tempo ma relegate a nicchie e a élite e spesso liquidate come «ideologiche» dal pensiero unico dominante. Si pensi all'ambientalismo – la custodia del creato, per dirla con papa Francesco – per troppo tempo considerato una fissazione aristocratica di benestanti della società opulenta. Certo, già da diversi anni non è più sinonimo di tutela del panda ed è anche un rispettato volano dell'economia.

La green economy. Non siamo più nella fase delle belle idee, ci sono fatti e dati che parlano. Per esempio, in Italia sono stati realizzati oltre seicentomila impianti che sfruttano l'energia derivata da fonti rinnovabili. Quelli termici ed elettrici sono presenti nel 98 per cento dei comuni italiani e compongono un articolato sistema di generazione sempre più distribuita che nel 2012 ha garantito il 28,2 per cento dei consumi elettrici e il 13 per cento di quelli complessivi. Come osserva Edoardo Zanchini, vicepresidente e responsabile energia di Legambiente, «le fonti rinnovabili stanno ridisegnando lo scenario energetico del nostro paese, con risultati impensabili solo pochi anni fa in termini di diffusione e produzione».

La valorizzazione di questo tipo di notizie va di pari passo con la messa in causa dell'ossessione delle privatizzazioni, che ha egemonizzato il discorso pubblico dell'ultimo ventennio. Ecco entrare di diritto nel dibattito corrente *mainstream* la "filosofia dei beni comuni", per dirla con il titolo di un bel libro dell'economista Laura Pennacchi, cioè di «quei beni che non sono proprietà di nessuno, come l'acqua, l'aria, il clima, le risorse del mare, la biodiversità, le orbite satellitari, le bande dell'etere, la conoscenza, la cultura». E ha successo ben oltre la cerchia un tempo ristretta dei sostenitori della decrescita un libro come *Usa e getta*, l'ultimo del filosofo ed economista francese Serge Latouche, dedicato alla cosiddetta "obsolescenza programmata". Fa impressione rendersi conto come gli oggetti più comuni del nostro tempo finiscano d'improvviso il loro ciclo vitale perché concepiti e prodotti per durare per un tempo limitato e breve: stampanti bloccate dopo diciottomila copie, computer fuori uso allo scadere dei due anni. Oggetti messi in vendita con una fragilità programmata. Perché così impone il nostro sistema produttivo e consumistico, che si è tradotto anche in un modo di vivere indiscusso (finora, appunto)..

### Regna la fratellanza

In occasione dell'anniversario dei suoi primi cent'anni di vita, il 29 settembre 1996, *The New York Times Magazine*, il rotocalco domenicale del grande quotidiano americano, celebra la ricorrenza chiedendo a una quindicina di intellettuali di immaginare come sarà visto il mondo d'oggi con gli occhi di chi vivrà nel 2096, o di ipotizzare come sarà il nostro pianeta tra un secolo e in un altro millennio. Non un esercizio da futurologi, specifica l'allora direttore del giornale, Jack Rosenthal, perché qualsiasi cimento con il futuribile comporta «rischi inevitabili». Semplicemente è chiesto «a studiosi, scrittori e artisti di apprezzare i probabili sviluppi nei loro campi e valutare come simili cambiamenti potrebbero migliorare la comprensione delle preoccupazioni del nostro tempo da parte del lettore». Tra i quindici saggisti spicca il filosofo newyorkese Richard Rorty, uno dei più grandi pensatori del nostro tempo, lo studioso che ha spezzato i legami con la filosofia analitica e con la maniera tradizionale di fare filosofia.

Il suo intervento, limpido e deciso, s'intitola *Fraternity reigns*. Rorty immagina

dunque se stesso nel 2096 e scrive parole che fanno venire i brividi per la loro lucida lungimiranza ma che sono anche una poderosa iniezione di speranza: «La nostra lunga esitante, dolorosa ripresa, nel corso di cinque decenni, dal crollo delle istituzioni democratiche nel corso degli Anni Bui (2014-2034) ha cambiato il nostro vocabolario politico, così come il nostro senso di relazione tra ordine morale e ordine economico. Proprio come nel Ventesimo secolo era inquietante per gli americani immaginare come i loro antenati della preguerra civile avessero potuto digerire la schiavitù, così a noi, alla fine del Ventunesimo secolo, turba immaginare come i nostri bisnonni avessero potuto legalmente tollerare l'orrendo contrasto tra un'infanzia trascorsa nei quartieri residenziali e quella trascorsa nei ghetti. Simili ineguaglianze appaiono a noi evidenti abomini morali, ma la vasta maggioranza dei nostri antenati li prendeva come deprecabili necessità».



Carlin Petrini  
"icona"  
americana

Non sappiamo se l'America e il mondo stiano entrando in un'epoca di Anni bui, né se al termine di questo penoso viaggio nell'oscurità ci sarà un'era di fratellanza distante da quella attuale dei conflitti e delle diseguaglianze. Certo è che le parole di Rorty in parte stanno già confermando il loro sapore profetico, essendo di incredibile attualità oggi, visto che, ormai da un po' di tempo, si discute in America e non solo sui clamorosi e ormai intollerabili divari tra chi ha e chi non ha.

Così come, il tema di un'auspicabile riduzione drastica della febbre consumistica non è solo appannaggio di un imprenditore cosmopolita come Graham Hill e dei suoi lettori snob del *New York Times* (*ne parliamo più avanti*). Infatti, perfino su una rivista popolare come *Time* si legge oggi un'affermazione di questo tenore: «un giorno volgeremo lo sguardo indietro al Ventesimo secolo e ci chiederemo perché possedevamo così tanta roba». Anche posizioni come questa testimoniano che il dibattito sul modello di società in cui viviamo non interessa più solo la sinistra antagonista ma è entrato a far parte della discussione corrente nell'intero Occidente. Ed è un dibattito che corre molto veloce, con una rapidità tale che fa apparire ridicolmente obsolete certe idee dominanti neppure un decennio fa..

## La politica indossa il saio

«La sua frugalità e semplicità non sono una maschera. Non si vede intorno a lui una guardia del corpo, e Warren Buffett guida lui stesso per le vie di Omaha la sua automobile, un modello così comune che neppure mi ricordo quale. Porta una cravatta del Fruit of the Loom, una società che rilevò dalla bancarotta nel 2002. Gli piace vedere in tv le partite di football mangiando patate schiacciate e gravy. Nonostante il suo status sia quasi divino, è facile e divertente chiacchierare con lui». Bethany McLean descrive così su *Vanity Fair* il secondo o terzo, a seconda degli anni, uomo più ricco del mondo, il Paperon de' Paperoni che sfida i repubblicani proponendo più tasse per chi ha di più (*The Buffett Rule*). Una figura, la sua, che affascina i giornalisti, con il suo stile *casual* e l'aria bonaria. Quelli italiani, poi, non riescono a credere ai loro occhi quando l'ottuagenario che vale 45 miliardi di dollari arriva a Sun Valley, in Idaho, alla guida della sua auto, e poi s'aggira con un'improbabile camicia gialla vagamente hawaiana in compagnia di Bill Gates, anche lui in camicia, deplorvolmente color salmone.



Bill Gates e Warren Buffett a Sun Valley nel 2012

È il luglio 2012, e i due miliardari partecipano a una riunione informale sulla *new economy*, insieme ad altri big della finanza e dell'impresa, soprattutto high-tech. I nostri giornalisti sono prodighi di dettagli su come si sono conciatì Ursula Burns, di Xerox, in tuta, Terry Semel, di Yahoo, con maglietta bianca tennistica. Mark Zuckerberg, di Facebook, con lo zainetto, Jeff Weiner, di LinkedIn, e Jack Dorsey, di Twitter, in maglietta, jeans, scarpe da ginnastica. Caspita, sono gli uomini più influenti della terra. E vanno vestiti così? Ma l'attenzione dei cronisti italiani è presa soprattutto dal contrasto tra il *look* e lo stile informali dei partecipanti e la giacca principe-di-Galles con cui s'è presentato l'ospite dell'evento, Mario Monti (però senza cravatta). Su di lui infierisce Beppe Severgnini: «È come arrivare a Palazzo Chigi con una camicia a quadri da allegro boscaiolo». In realtà, non è proprio così, perché il bello dell'America è esattamente la totale *casualness* di incontri di quel tipo, a ogni livello, davvero informali. A un barbecue o un party all'aperto ognuno si presenta proprio come gli va e come gli pare, chi in giacca e chi no, chi in bermuda e chi in pantaloni lunghi, chi col cappello da baseball e chi senza, chi in scarpe Nike chi in mocassini italiani. Per questo, e anche perché gli americani non ci fanno davvero caso, né gliene importa più di tanto, nessuno avrà notato la giacca del presidente del consiglio, ma sicuramente, come poi si è saputo, avranno aperto bene le orecchie per ascoltarlo, anche per capire che fine

potrebbero fare i loro soldi legati ai nostri buoni del tesoro.

Invece di considerare come negli Stati Uniti i momenti informali siano davvero tali, anche per i superricchi, e come perfino in quell'ambiente oggi vada "di moda" la sobrietà, ci si sofferma sulla "brutta figura" dell'impacciato Monti. La morale della storia, per come è raccontata ai lettori italiani, è che nel nostro paese si è ossessivamente attenti alle forme e si tende a essere ossequiosi nei confronti dei potenti di turno al punto tale che perfino lo stile *casual* – quando sono loro a esibirlo – diventa un codice rigido a cui attenersi: un'assurdità concettuale.

Resta il fatto – e deve aver colpito i lettori italiani di quelle cronache – che il gotha dei dollari americani va in bermuda e guida la macchina, e allora si fa ancora più cogente la domanda: perché i nostri politici si ostinano a farsi scarrozzare in auto blu con i lampeggianti? E infatti, anche se è sicuramente una coincidenza, da allora, nel giro di pochi mesi, l'aria cambia radicalmente. Tanto che ora, retrospettivamente, sembra ancor più osceno e inspiegabile lo spiegamento di sirene, auto blu e scorte che fino a ieri e per decenni ha fatto da contorno alla politica fino a diventarne, agli occhi di molti cittadini, l'ingrediente principale.

Ecco poi che arriva il papa: via l'auto di rappresentanza, a piedi tutte le volte che si può, scorte ridotte. Le nuove istituzioni capiscono l'aria "francescana" che tira. Filippo Ceccarelli, sempre attento al costume politico, scrive un articolo su *Repubblica*, dal titolo "Tendenza San Francesco", in cui osserva l'influenza del pontefice argentino sull'inedita sobrietà nei Palazzi romani, anche se poi riconosce soprattutto a Grillo il vero merito del cambiamento in atto: bisognerà «essere riconoscenti al Movimento Cinque Stelle, che al Poverello di Assisi, neanche a farlo apposta, è legato da una specialissima venerazione. Nel recentissimo breviario, *Il Grillo canta sempre al tramonto* (Chiarelettere) sorprendentemente si legge da parte di Casaleggio: "Non deve essere un caso che non esista un papa che si sia fatto chiamare Francesco. Noi abbiamo scelto appositamente la data di San Francesco (4 ottobre 2009, ndr) per la creazione del Movimento. Politica senza soldi. Rispetto degli animali e dell'ambiente. Siamo i pazzi della democrazia". Lo stesso Grillo ha ribadito: "Ci sono molte affinità tra il francescanesimo e il M5S"».

### La presidente va a mensa

Sia come sia, le novità colpiscono l'opinione pubblica. Va senza agenti, Laura Boldrini, a via Fani, dove Aldo Moro fu rapito esattamente 35 anni fa e gli uomini della sua scorta uccisi, il suo primo impegno istituzionale, dopo l'elezione a presidente della Camera. Al Quirinale, ci va a piedi. A Montecitorio, a pranzo, scende regolarmente giù, nella mensa dei dipendenti, fa la fila vassoio in mano, accompagnata dai suoi collaboratori. E, quando si muove nei corridoi della Camera, non si fa precedere dai commessi in guanti bianchi che le aprono il varco. Roba a cui né Fini né Bertinotti avrebbero neppure pensato di rinunciare. Così fa notizia

che Enrico Letta entri nel Quirinale, per ricevere l'incarico da Napolitano, al volante della sua Fiat Ulisse. E che Nicola Zingaretti arrivi alla Pisana, la sede della Regione Lazio, guidando la sua Renault Scenic. E al termine della prima riunione della nuova giunta proclama: «Tutti gli assessori verranno a lavorare in ufficio con i propri mezzi di trasporto. Abbiamo preso questa decisione con grande gioia. Le automobili a disposizione della Regione verranno utilizzate in occasione degli incontri e degli eventi istituzionali perché è giusto rappresentare l'istituzione come si deve».



Laura Boldrini  
in missione  
umanitaria



Enrico Letta

Poi c'è tutta la sequenza delle notizie su altri tagli e rinunce: dalle residenze a disposizione dei presidenti delle due camere, dei vice-presidenti, dei questori alla diminuzione degli emolumenti, prima del trenta poi del cinquanta per cento, da parte della presidente della camera Boldrini e del presidente del senato Piero Grasso, il quale chiede anche la riduzione della scorta che pure, nel suo caso, non è certo uno *status symbol*. «Le auto blu sono il male assoluto. Se mi vedete in auto

blu, linciatemi», dice al *Corriere del Mezzogiorno* Luigi di Maio, ventisette anni, di Pomigliano, in lista con il M5S, appena eletto uno dei quattro vice-presidenti della camera, e s'impegna a farsi «un agenda degli appuntamenti cadenzata in modo tale da potermi spostare con i mezzi pubblici».

In questo clima di sacrosanta gara a chi taglia di più, a chi rinuncia a più benefit, finisce stranamente in secondo piano la notizia che più d'ogni altra dà il senso dell'andazzo d'un tempo e dell'urgenza di restituire integrità morale alla politica. È la notizia del Coni che cancella le tessere omaggio a deputati e senatori per l'ingresso negli stadi e negli impianti sportivi di tutta Italia. «Il Comitato olimpico nazionale italiano – si legge in una nota il 18 marzo – comunica che, al fine di evitare strumentalizzazioni su favori e privilegi riservati ai parlamentari della Repubblica, ha deciso di non rilasciare più la concessione della tessera riservata a onorevoli e senatori per l'accesso alle manifestazioni sportive che si svolgono sul territorio nazionale». Ma c'è pure chi protesta per la misura annunciata. Ignazio La Russa, che dice «Non credo davvero che con questa decisione si aggiusteranno i bilanci dello stato. Mi sembra una iniziativa che segue i tempi».

### La cura dimagrante di Barack

Non sarà tanto – ventimila dollari – ma siccome di questi tempi certi atti

simbolici hanno valore, la decisione annunciata da Barack Obama di rinunciare al cinque per cento del suo stipendio è una notizia di rilievo, anche perché, proprio recentemente, si era parlato della possibilità opposta, cioè che il presidente democratico potesse decidere l'aumento dell'assegno presidenziale – 400.000 dollari l'anno – seppure non a suo favore, ma a beneficio del suo successore. Importante anche il perché della decisione: presa, ha fatto sapere la Casa bianca, in solidarietà con i dipendenti pubblici, oltre un milione di lavoratori, che rischiano di perdere decine di giornate lavorative pagate a causa dei tagli automatici al bilancio pubblico, la *sequestration*, che costringe il governo federale a ridurre di 85 miliardi di dollari le spese nell'anno in corso, anche se non sarà raggiunto al Congresso il necessario accordo bipartitico.

Il gesto di Obama in realtà segue l'annuncio del nuovo segretario alla difesa, Chuck Hagel, che nei giorni precedenti aveva detto che avrebbe restituito l'equivalente di quattordici giorni del suo salario, 10.750 dollari, in segno di solidarietà con i 750mila dipendenti civili del Pentagono che quest'anno perderanno, appunto, quattordici giorni di lavoro pagati. Anche il titolare dell'agenzia per la protezione dell'ambiente (Epa), Bob Percisepe, prima ancora di Obama, aveva fatto sapere di voler donare 32 ore dei suoi emolumenti a un fondo che sussidia i dipendenti federali per prestiti d'emergenza, programmi per l'infanzia e vari tipi di assistenza finanziaria. Così il segretario per lo sviluppo edilizio e urbano Shaun Donovan e otto suoi vice doneranno sette giorni lavorativi, restituendoli al Tesoro o a gruppi non profit che aiutano le famiglie a basso reddito con problemi di abitazione.

Il gesto del presidente è ridicolizzato dall'opposizione repubblicana con un comunicato di questo tenore: «Ciao a tutti, non preoccupatevi, cari contribuenti di tutta questa cosa dei tagli, tanto Obama restituisce il cinque per cento... E poi sale a bordo dell'Air Force One che costa 180 dollari per chilometro l'ora per andare a tirar su soldi dagli stessi ricconi e miliardari contro cui sta conducendo la sua campagna».

In realtà, la decisione di Obama ha poco a che fare con l'entità dei suoi guadagni o delle sue spese, ma serve ad attirare l'attenzione sul tema dei tagli che colpiscono intanto chi vive dello stipendio, i dipendenti federali, ma non vanno a toccare i redditi alti per via dell'intransigente opposizione repubblicana. I sindacati che rappresentano i lavoratori federali apprezzano il gesto, definendolo «positivo», un modo «per unirsi alla nostra sofferenza».

Dicevamo dell'indennità presidenziale. Quattrocentomila dollari. Cioè 299.726 euro. Tanto o poco? O è il "salario" giusto per il numero uno della nazione numero del mondo? Barack Obama avrebbe anche potuto decidere di aumentarsi l'emolumento presidenziale, considerato, secondo certi criteri, inadeguato all'alto incarico e alle responsabilità che comporta. Se l'avesse fatto, a beneficiarne sarebbe peraltro il suo successore. Infatti, l'articolo II, comma I della costituzione americana stabilisce

che «il presidente riceverà, nei tempi stabiliti, per i suoi servizi, un compenso, che non sarà né diminuito né aumentato nel corso del periodo per il quale sarà stato eletto, e non riceverà entro quel periodo alcun altro emolumento né dagli Stati Uniti né da alcuno di essi».

In ogni caso, non è tempo di aumenti di stipendio per un presidente che guida un paese sull'orlo della *sequestration*, del blocco delle spese federali. Accade, come si è detto, il contrario. Eppure l'idea di un incremento, anche significativo, è stata presa di recente in seria considerazione a Washington. E non come una bestemmia, ma come un necessario adeguamento dell'assegno presidenziale all'innalzamento del costo della vita, dal momento che esso è fermo al 2001.

Diversamente dai compensi dei parlamentari, che aumentano automaticamente in rapporto all'incremento del costo della vita, quello presidenziale è deciso dallo stesso presidente, lasciando al Congresso il compito di fissare quando metterlo in atto. Finora – in tempi storici recenti - ci sono stati cinque aumenti, il primo nel 1873, poi nel 1909, nel 1949 (che portò l'assegno a centomila dollari), nel 1969 (duecentomila dollari) e quindi nel 2001 (400.000). L'ultimo aumento ha fatto sì che George W Bush ricevesse il doppio del suo predecessore, Bill Clinton.

Rispetto ai capi di stato e di governo di altri paesi, il presidente americano guadagna di più. Più di Putin. Più di Hollande. Più di Napolitano. Più di Merkel e Cameron. Molto più di Xi Jinping. Molto meno del leader di Singapore, Tony Tan Keng Yam, che guadagna l'equivalente di 1.7 milioni di dollari.

Allo stipendio, il presidente somma cinquantamila dollari annui per spese di rappresentanza. E naturalmente gode del privilegio di vivere in una "very cool house", la Casa bianca, come scrive Scott Bomboy del *Constitution Daily*. Poi la pensione: fino al 1958 i presidenti non ne avevano diritto. Adesso, specifica Bomboy, è di duecentomila dollari all'anno, l'equivalente del compenso annuo di un membro del governo. Ma se si aggiungono altri benefit e privilegi, hanno introiti dai contribuenti per una somma annuale che va dai 518.000 all'1.1 milione di dollari, a cui sono aggiunti viaggi e spostamenti gratuiti, uffici, etc.

Ma la pensione, pur rispettabile, diventa sicuramente la voce di reddito minore per un ex-presidente che ha acquistato notorietà con il suo mandato. Oggi Bill Clinton è un uomo ricco. Dichiarò un reddito netto di 55 milioni di dollari, grazie alla sua attività di conferenziere e di autore di libri. Lo scorso gennaio, riferisce l'*Huffington Post*, l'ex-presidente è riuscito a saldare i cospicui debiti accumulati da Hillary nel corso della campagna presidenziale del 2008. Obama sarà sicuramente ancora più ricco. Già intasca parecchio grazie ai due *best seller* autobiografici che



Barack Obama  
dà la linea

l'hanno reso famoso anche come scrittore, oltre quello della moglie Michelle. Barack e Michelle Obama hanno dichiarato guadagni per 750mila dollari nel 2011. Nel 2010 erano di 1.8 milioni di dollari e nel 2009 di 5.5 milioni di dollari. Dal 2017 in poi, quando lascerà la Casa bianca, farà altre montagne di soldi.

Una ragione in più per non occuparsi del proprio assegno presidenziale, soprattutto adesso. O, forse, proprio per questo, potrebbe farlo in modo disinteressato.

Il ragionamento dei sostenitori di un aumento dell'emolumento presidenziale è che chi guida l'America dovrebbe guadagnare una cifra almeno più vicina a quella che riceve l'amministratore delegato di una *corporation*. I cinquecento leader d'azienda più pagati d'America, secondo la lista di *Fortune*, ricevono un compenso annuo medio di dodici milioni di dollari. E certo non hanno il carico di responsabilità che ha un presidente degli Stati Uniti. Per non dire delle star dello sport e del cinema. Bomboy ricorda che «il dibattito sullo stipendio presidenziale risale all'era del Proibizionismo, quando la gente – era il 1930 – rimase sconcertata apprendendo che la stella del baseball Babe Ruth prendeva uno stipendio superiore a quello del presidente Herbert Hoover». «Resta nella leggenda la risposta data da Ruth: "E allora? Ho avuto un anno migliore del suo"».

La *performance* di un capo di stato può essere il metro di misura del salario presidenziale, come avviene con i capi d'azienda? Non è così assurda l'idea, visto che Mitt Romney l'ha proposta nel corso della sua campagna elettorale. Era giugno, e in un'intervista radiofonica concessa a Neal Boortz, che gli chiedeva se avrebbe rinunciato al compenso presidenziale, rispose così: «Credo al contrario nell'idea di collegare i miei incentivi e i miei impegni alla realizzazione di obiettivi specifici». Un criterio, specifico, da estendere anche ai membri del governo.

In passato era già successo che presidenti in carica donassero a organizzazioni caritatevoli i loro assegni presidenziali. Fu il caso di John F. Kennedy e di Herbert Hoover. Entrambi molto ricchi. Come Romney. Che, se eletto, sarebbe stato il presidente più ricco della storia americana.

L'altra ragione che potrebbe consigliare un aumento dello stipendio presidenziale può essere la stessa addotta da Nancy Pelosi per giustificare lo scatto automatico dei compensi parlamentari. Di fronte alla prospettiva di un congelamento degli aumenti automatici delle indennità parlamentari, la leader della minoranza democratica, ha detto che esso sminuirebbe la dignità dei legislatori. «Dovremmo rispettare il lavoro che facciamo, ha detto Pelosi ai giornalisti, penso che sia necessario per noi avere la dignità del lavoro che abbiamo meritato». In realtà, la sua è stata un'uscita a dir poco incauta, non solo per i tempi che vive l'America. La fortuna personale della dirigente democratica è valutata in 35.2 milioni di dollari, nel 2011, che la pone al dodicesimo posto nella classifica dei più ricchi parlamentari. E poi contrasta con quanto annunciato da colleghi e colleghe. Lo scorso febbraio

la rappresentante democratica dell'Illinois Tammy Duckwarth, una veterana della guerra in Iraq con entrambe le gambe amputate, ha annunciato la decisione di donare l'8,4 per cento della sua indennità parlamentare (174.000 dollari l'anno). La deputata Eleonor Holmes North, del Delaware, ha deciso di devolvere, per ogni giorno di congedo forzato dei dipendenti federali, metà della sua indennità al fondo di assistenza dei dipendenti pubblici e l'altra metà ai membri del suo staff.

Di fatto, anche se legato a una contingenza molto particolare, come l'incombere di una possibile *sequestration*, il dibattito sui guadagni della politica è anch'esso un segno dei tempi per l'America: marca il passaggio da un'idea dominante di ammirazione per il successo e per i soldi ad esso legati a una visione più mite, più solidale e redistributiva del benessere.

## terzo capitolo

# Vivere con meno. Con molto meno

La cultura della parsimonia non è un insieme di idee autopunitive, non è autoflagellante rinuncia ai beni di consumo e alle comodità per espiare gli eccessi dell'epoca della "società affluente". Il fatto semplice è che si può "vivere con meno, con molto meno", come recita il titolo di un articolo sul domenicale del *New York Times* del 9 marzo e che ha come finale queste otto parole: "*My space is small. My life is big*", il mio spazio è piccolo, la mia vita è grande.

L'articolo, scritto da un imprenditore informatico di successo, Graham Hill, è l'elogio dell'essenziale, a partire dalla propria casa, come base del vivere bene contro il superfluo che ci domina e rovina le nostre vite. Vale la pena seguire il racconto di Hill, il suo percorso dagli eccessi alla sobrietà, per cogliere il senso della sua scelta di vita, perché può essere considerato come il "manifesto dell'America frugale".

Scrive Hill: «Vivo in uno studio di quaranta metri quadrati. Dormo su un letto a scomparsa nella parete. Ho sei camicie. Dieci piatti bassi che uso per l'insalata e per le pietanze. Quando viene qualcuno a cena, tiro fuori il mio tavolo da pranzo allungabile. Non ho un solo cd o dvd e ho il dieci per cento dei libri che avevo una volta. Ho percorso una lunga strada dalla vita che conducevo alla fine degli anni Novanta, quando, grazie a quel bel po' di soldi ottenuti dalla vendita di un'azienda Internet appena lanciata, avevo una casa gigantesca piena di cose, aggeggi elettronici, automobili, elettrodomestici, gadget».

In qualche modo tutta questa roba finiva per governare la vita di Graham, o gran parte di essa: «le cose che consumavo finivano per consumare loro me». Tutto inizia nel 1998 a Seattle, quando Hill e il suo socio vendono la loro azienda di consulenza Internet, Sitewerks, «per una somma che pensavo di guadagnare nell'arco di un'intera vita». Un bel gruzzolo con cui acquista una casa di quattro piani, 335 metri quadrati, primi Novecento, nel quartiere della movida di Capitol Hill a Seattle e che riempie di pezzi d'arredamento ultimo grido e di gadget d'ogni sorta. «E, naturalmente, una Volvo nera turbo. Con avviamento a distanza!». Nel frattempo il lavoro nella Bowne, la società che aveva acquistato la sua, era così intenso che non gli consentiva di completare l'arredamento della nuova magione. Così, racconta, «ingaggiai un ragazzo di nome Seven, che diceva di essere stato assistente di Courtney Love, come mio *personal shopper*. Andava per negozi di mobili, elettrodomestici ed elettronica e scattando Polaroid delle cose che pensava mi avrebbe fatto piacere per riempire la casa. Così navigavo tra le sue foto e facevo i mie acquisti virtuali». Presto la storia d'amore con le cose lascia il posto alla prosa

della normalità. «Ero rapidamente diventato insensibile a tutto questo. Il nuovo telefono Nokia non mi eccitava né mi bastava. Non ci volle molto perché cominciai a chiedermi perché, con la mia vita, teoricamente migliorata, non mi sentissi per niente meglio perché anzi mi sentissi più ansioso di prima». E continua: «La mia vita era inutilmente complicata. C'erano prati da rasare, grondaie da ripulite, pavimenti da lucidare, ospiti da accudire (sembrava da sciocchi avere una casa così quand'era vuota), l'auto da assicurare, lavare, rifornire, riparare, pagare il bollo e sapere di tecnologia per farla funzionare. Oltre a tutto questo, dovevo tenere Seven occupato. Ma davvero, un *personal shopper*? Che cosa ero diventato? La mia casa e le mie cose erano i miei nuovi datori di lavoro per un lavoro che non avevo mai richiesto».



Sugli scaffali di  
Trader's Joe

Con questi pensieri in testa Graham Hill lascia Seattle, per andare a lavorare nella sede di Bowne a New York, dove prende in affitto un loft nel quartiere di SoHo, 176 metri quadrati, «come si addice a un imprenditore tech». Anche il nuovo appartamento va arredato, fornito di accessori ed elettrodomestici, il che richiede tempo, soldi ed energie. Inizia la spola tra New York e Seattle, tra due case che esigono attenzione e dedizione. Ma ecco l'incontro con Olga, una bellezza di Andorra, e l'amore. Che porta Graham e Olga, quando le scade il visto americano, a Barcellona, poi girovaghi nel mondo - Bangkok, Buenos Aires e Toronto, con molte fermate intermedie - il che, naturalmente, porta a ridurre all'essenziale le cose che si hanno, giusto quello di cui si ha davvero bisogno, un po' di vestiti, il beautycase, il computer. In questa nuova vita nomade Graham continua la sua attività d'imprenditore innovatore, avendo come ufficio il suo zaino solare, e crea nuove aziende high-tech di successo. La storia con Olga a un certo punto finisce, ma non significa un ritorno alla vita *supersize* d'un tempo. «Le mie esperienze dimostrano che, oltre un certo punto, gli oggetti materiali hanno la tendenza a sopraffare i bisogni emozionali che dovrebbero sostenere, il fine per il quale sono stati concepiti. E non scambierei un secondo passato con Olga a Bangkok con qualsiasi cosa abbia posseduto. Oggi vivere in uno spazio di quaranta metri quadri significa dormire meglio, senza il senso di colpa di usare più risorse di quelle che servono. «Ho meno ma godo di più».

Sarà pure molto particolare il caso di Graham Hill, ed è lui il primo a riconoscerlo. Eppure il *New York Times* lo presenta, di fatto, come una vicenda esemplare dello spreco che caratterizza la società americana d'oggi, e della consapevolezza crescente del malessere che il benessere materiale provoca. Lo scorso giugno l'Ucla, l'università statale della California, ha pubblicato uno studio su come sono organizzate le case e le vite di 32 famiglie di Los Angeles, del ceto medio, con due stipendi, nel corso di quattro anni. (*Life at Home in the Twenty-First Century*:

*32 Families Open Their Doors*). Citiamo alcuni dei dati salienti: il 75 per cento dei garage non è impiegato per custodire l'auto perché sono riempiti da scatole d'ogni grandezza (da 350 a 600) e da oggetti i più svariati. L'immagazzinamento compulsivo di beni di consumo è stato fortemente incoraggiato dal diffondersi degli ipermercati. La gestione di queste quantità e varietà di oggetti provoca una tensione tale in molte famiglie da essere responsabile dell'aumento dei livelli di stress ormonale nelle madri. Gran parte delle famiglie conserva e consuma pasti pronti e surgelati e pane in cassetta, risparmiando così solo dai dieci ai dodici minuti. Le zone esterne, di cui pure dispone gran parte delle case americane, sono scarsamente usate, e la mania delle camere da letto tipo grandi suite d'albergo sottrae preziosi metri quadrati agli spazi della vita comune. Anche questo alimenta la tendenza a non consumare i pasti insieme, neppure la consueta cena in famiglia. E le stanze dei bambini? Caotiche, anche perché i bambini americani rappresentano il tre per cento della popolazione infantile nel mondo, ma consumano il quaranta per cento dei giocattoli nel mondo.

I quaranta metri quadrati elogiati da Graham Hill rappresentano una tendenza che si sta affermando nella cosiddetta *millennial generation*, i nati tra gli anni Ottanta e i primi anni del 2000, i giovani, che come scrive *Time*, s'ingegnano in mestieri che «fanno crescere le città d'oggi, medicina, *tech*, servizi, *engineering*». E che, a corto di soldi, stanno alimentando un mercato, del tutto nuovo in America, dei *microapartment* o *studio* di una quarantina di metri quadrati, uno stile di vita che sta scatenando la fantasia dei designer d'interni nell'escogitare soluzioni d'arredamento per il migliore sfruttamento dello spazio minuscolo. In Europa il fenomeno non farebbe grande clamore, non finirebbe tra «le dieci idee che fanno la differenza», «le innovazioni - spiega *Time* - che stanno cambiando il modo in cui lavoriamo, viviamo, preghiamo e giochiamo». Ma questo accade, come sottolinea Graham, nel paese delle case *supersize*. Parliamo di case nuove, mediamente di 230 metri quadrati nel 2011 (nel 1950 la media era 90 metri quadrati), abitazioni enormi in cui vivono 2,6 persone (nel 1950 la media era di 3,37 persone per unità abitativa). Questo significa che oggi gli americani occupano tre volte lo spazio abitativo di sessant'anni fa.

### Frugalist America

In quest'ultimo decennio e, soprattutto negli ultimissimi due-tre anni, nel paese sinonimo del consumismo senza freni oggi le parole in voga sono «*frugalist*» e «*bargainist*». Frugale e incline al «*bargain*», alla ricerca dell'affare e del prezzo scontato o contrattabile. Una cultura che si afferma innanzitutto nelle aree metropolitane e, in particolare, in un certo tipo di quartieri, come quelli vicini ai campus universitari o notoriamente *liberal*. Per capire il fenomeno basta visitare



Fare la spesa  
spensieratamente  
da Trader's Joe

uno dei 395 supermercati alimentari della catena Trader Joe's disseminati in una trentina di stati dell'America.

Ti aggiri tra gli scaffali e prendi una bottiglia di vino californiano *Two Buck Chuck*. Buono. E costa un dollaro e 99, due "buck", come dice l'etichetta. Poi pigli una confezione di riso Carnaroli biologico, una bustina di zafferano e porcini secchi. Stasera risotto. Non hai il carrello perché pensavi di comprare giusto un paio di cose? Tra un minuto ti troverai di fronte un premuroso fricchettone che ti porgerà un cestello per la tua spesa. È un commesso, quel tipo che poco fa chiacchierava con altri tizi vestiti come lui? Indossa una camicia hawaiana, i capelli lunghi, diverse collane, tatuaggi, e ti parla con affabile competenza. Se poi ti vedrà un po' perplesso nel settore dei formaggi europei, gentilissimo, ti proporrà: «Un assaggio di gorgonzola?» Ti spiegherà da dove viene, la differenza con il *blue cheese* del Vermont, e con quale birra locale, *organic* ovviamente, s'accompagna bene. Se poi sarai insoddisfatto di un acquisto, nessun problema. Restituirai il prodotto acquistato e non ti sarà neppure chiesto perché.

Gradevole fare la spesa, qui. Ma c'è qualcosa di più. È «un'esperienza culturale», la spara grossa *BusinessWeek*, ma non ha torto. Trader Joe's non è semplicemente l'ennesima *success story* di un'America che sa ancora stupire noi europei (ma anche gli stessi americani). La sua impreveduta, graduale e inarrestabile espansione racconta un continente che ha in sé le risorse per uscire dalla tunnel, perché s'ingegna ed escogita vie originali per farlo, perfino stravaganti, ma comunque in grado di misurarsi con il mercato e con le sue regole, arrivando anche a modificarle.

Uscire dalla crisi non significa, infatti, tornare ai fasti del capitalismo rampante – ora sappiamo in buona misura drogato – ma cercare di dar vita a un nuovo paesaggio produttivo e sociale fondato su un'idea di benessere più sobrio e non effimero. Certo, parliamo ancora di nicchie di mercato. Di stili di consumo elitari. Della solita minoranza che, ciclicamente, fa tendenza fino ad assumere le forme di un culto, ma che non diventa permanentemente egemone.

Eppure il grande successo della catena Trader Joe's non è la replica di vicende come quelle di Starbucks o Apple, con le quali ha tuttavia molte coincidenze, vicende che hanno segnato e rispecchiato il mutamento del costume e dello stile di vita americano, e poi si sono affermate anche a livello globale. Come Starbucks e Apple, Trader Joe's ha una clientela sofisticata ed esigente, ma non necessariamente agiata. Anzi, in maggioranza è squattrinata. Ed è una bella differenza, perché il suo *target* è notevolmente più ampio, più inclusivo. E più "democratico", cioè capace, almeno potenzialmente, di conquistare anche una vasta clientela a basso reddito e mal alimentata, gli strati meno abbienti della *middle class* americana refrattari nei confronti di prodotti che non siano la Pepsi o la Coca Cola, assenti dagli scaffali di Trader Joe's. Che espongono invece roba

di qualità, in larga misura biologica. E, soprattutto, a buon mercato.

Contro il "cibo spazzatura", e l'obesità che ne è il prodotto più evidente, il grande male della società americana, l'avvento di catene di distribuzione alimentare "alternative", ma a prezzi competitivi, è la risposta più efficace dell'America obamiana, simbolizzata dall'orto "bio" di Michelle alla Casa Bianca. Ma questo è un obiettivo lontano e chissà se mai raggiungibile. Perché le abitudini alimentari corrispondono anche a stili di vita e a mode.

Infatti «il vero successo di Trader Joe's – ha raccontato il suo fondatore Joe Coulombe a *L. A. Weekly* – è nella nostra abilità a mettere in pratica i risultati delle nostre indagini demografiche. Il nostro cliente ideale è l'americano superistruito e sottopagato. Il critico musicale, per intenderci». Il tipico cliente di Trader Joe's, spiega ancora meglio l'esperto del settore, Kevin Kelley, «è il professore che guida una vecchia Volvo e che potrebbe essere l'amministratore delegato di una delle prime cento aziende della classifica *Fortune* se solo si liberasse della sua acrimonia anti-capitalistica». Adesso la scommessa è crescere, conquistare nuovi clienti, anche oltre la "demografia" descritta da Coulombe. Senza però perdere l'anima.

In realtà, Trader Joe's non è una novità nel panorama dei consumi americano. Anzi, esiste da diversi decenni, essendo un tipico "prodotto" della cultura californiana degli anni Sessanta, surf, natura, yoga e cibi macrobiotici. E *new age*. Per decenni è rimasto confinato in California, uno stato a parte per il suo peculiare *way of life*, specie negli agglomerati urbani.

Poi, in questi ultimi dieci anni e, soprattutto negli ultimissimi due-tre, il grande boom, con l'affermarsi - innanzitutto nelle aree metropolitane e, in particolare, in un certo tipo di quartieri. Dove s'insedia un supermarket Trader Joe's, arrivano posti di lavoro ambiti (la paga è superiore alle tabelle sindacali, l'assicurazione sanitaria copre anche i dipendenti part-time e, in più, sembra un mestiere gradevole) e per il quartiere è come il riconoscimento di essere una comunità *cool* e cosmopolita. I supermercati TJ sono molto più piccoli rispetto ai tipici supermarket americani, compreso il più diretto competitore, il sofisticato Whole Foods Market, specializzato in *natural and organic products* e tempio dei *gourmand* più snob. Se i concorrenti hanno mediamente un inventario di cinquantamila prodotti, Trader Joe's ne ha quattromila, l'ottanta per cento dei quali sotto la propria etichetta. La riduzione della scelta consente la quasi eliminazione del magazzino e una rotazione veloce sugli scaffali delle merci, specie quelle fresche e deperibili, che sono il più possibile acquistate nella zona da produttori locali, con un evidente sviluppo dell'indotto (nella scelta della location di un nuovo punto vendita conta molto la "geografia" degli approvvigionamenti). Si saltano molti passaggi, a beneficio del prezzo finale. Il tutto in un contesto molto "naturale" e informale, dove ogni minimo dettaglio è curato maniacalmente, proprio per produrre l'effetto autenticità e amicalità,

come la disposizione dei prodotti, i colori pastello, le etichette, il modo di fare dei commessi, che usano molti termini mutuati dal gergo marinaresco (il nome Trader Joe's evoca commerci marittimi con luoghi esotici). E così che la clientela entra nel mondo di Trader Joe's e ne diventa parte, con forme perfino di "culto" e un continuo passaparola che fa nuovi adepti e rende pleonastica la pubblicità (infatti è minima ed è "pensata").

Eppure, dietro tutto questo, c'è l'Europa. Anzi, l'austera Germania. Già, fin dal 1979 la proprietà di Trader Joe's è della famiglia Albrecht, proprietaria della catena tedesca di supermarket discount, Aldi Nord. La sua regola è la massima riservatezza. E il massimo rispetto del management americano, che ha potuto sviluppare la catena, attenendosi strettamente alle regole del fondatore Joe Coulombe, anche ora che è diventata un'icona del paesaggio statunitense, non più solo californiano, e, al tempo stesso, un gigantesco *business*.

### Hansel e Carlin

Puntare sulla qualità, sul cibo biologico, sul chilometro zero, sulla freschezza di quel che offre il mercato, non è l'esaltazione di processi produttivi e di consumi di nicchia, per pochi, né un ritorno alla moda del *piccolo è bello*. C'è una varietà di possibilità nella stagione dei consumi intelligenti, dal minuscolo al gigantesco. A Piacenza si fa notare il delizioso *Food Arte da Mangiare*, del geniale e giovanissimo Hansel, che propone pasti di alta qualità a prezzi molto bassi, con menù fissi che scongiurano gli odiosi sprechi di fine giornata di cibi costosi, come accade normalmente nei ristoranti che offrono una grande varietà di piatti; e contemporaneamente ha un crescente successo, in diverse città d'Italia, ma anche all'estero, la scommessa di Eataly, la società fondata da Oscar Farinetti e da lui controllata insieme al sistema Coop, un'azienda con punti vendita e di ristorazione che si muove sul solco della riscoperta delle radici enogastronomiche. È la cultura di Slow Food di Carlin Petrini. Già, chi non ricorda quelle che a tanti apparivano come le fissazioni interessanti ma per pochi di un piemontese eccentrico e simpatico come Carlin? «La straordinaria lungimiranza e lo spirito indomito hanno contribuito alla rivoluzione dell'agricoltura e del cibo», ha detto di lui il principe Carlo.

Oggi ci si perde volentieri nell'immenso ex-terminal dell'Ostiense a Roma e nell'Eataly della Quinta strada, o in quello di Tokyo, tra oli, birre e vini, mozzarelle di bufale, pesce fresco, salumi e formaggi d'ogni tipo, prodotti d'ogni parte d'Italia, popolari o negletti, friggitorie e pizzerie, un ben di dio ottimo e garantito, e non si può alla fine non convenire con quanto si legge sul sito della società di Farinetti: essa «nasce con l'intento di smentire l'assunto secondo il quale i prodotti di qualità possono essere a disposizione

solo di una ristretta cerchia di privilegiati, poiché spesso cari o difficilmente reperibili».

È una visione del cibo e del nostro rapporto con esso che sta contagiando il mondo. In Francia una placca in smalto all'entrata dei ristoranti, con su scritto *Restaurant de qualité*, indicherà che in quel locale non si servono cibi precotti. Infatti ben il 75 per cento dei ristoranti francesi offre pietanze preconfezionate industriali, mentre il resto lotta «per riuscire a proporre prodotti freschi, di produzione propria», come dichiara il grande cuoco Alain Ducasse a Stefano Montefiori, corrispondente da Parigi del *Corriere della Sera*. Ducasse, con altre quattordici celebrità dei fornelli francesi, da Paul Bocuse a Joël Robuchon, si è fatto promotore della nuova denominazione. «Daremo il nostro riconoscimento solo a ristoranti che hanno un vero cuoco, e non qualcuno che riscalda un sacchetto surgelato; e poi valuteremo la gentilezza», spiega Ducasse, tre stelle Michelin.

Hansel di Piacenza è la traduzione italiana *ante-litteram* del vangelo di Ducasse. Anche in Italia – dove la ristorazione non è ancora come in Francia ma presto potrebbe esserlo – avremo la certezza di entrare in un ristorante dove dietro i fornelli c'è un vero chef con i suoi assistenti che cucinano davvero e non ti propinano pietanze comprate dai grandi distributori all'ingrosso, se i locali piccoli come quello di Hansel e il successo di aziende del cibo sano e buono che pensano in grande, come Eataly, faranno scuola e non si limiteranno a essere piacevoli eccezioni.

Eataly nell'ex-stazione Ostiense a Roma



## Elogio della condivisione

Tra “le dieci idee che cambieranno il mondo”, la rivista *Time*, nel marzo 2011, indicava il *collaborative consumption*, il consumo collaborativo, cioè il passaggio, nei valori dei consumatori, dal possesso all’accesso ai beni. Un passaggio spinto e facilitato dallo sviluppo e dalla diffusione delle nuove tecnologie della rete. Oggi intere comunità e città nel mondo usano queste nuove tecnologie per *fare di più con meno*, grazie alle pratiche ormai diffuse di prestito, di scambio, di condivisione, di baratto, di riuso, di donazione, di volontariato, su una scala impensabile un tempo, un processo che sta trasformando il mondo economico, i consumi e lo stesso modo di vivere. Il grande successo del libro *What’s Mine Is Yours* (ciò che è mio è tuo), scritto dalla *social innovator* Rachel Botsman con Roo Rogers e che nel sottotitolo enfatizza il *collaborative consumption*, ha accompagnato in questi ultimi anni la crescita di un fenomeno di cui adesso si occupano sempre più i media, cioè la trasformazione dei consumatori, per ora quelli più consapevoli ed esigenti, da robot manipolati dal mercato in cittadini che privilegiano l’utilità rispetto al possesso, la comunità rispetto all’egoismo, la sostenibilità rispetto alla novità. Intorno a questi nuovi comportamenti e abitudini, sono emerse numerose imprese e iniziative economiche, che sfruttano internet e la sua capacità di creare reti di fiducia e interessi condivisi e di semplificare la logistica dei rifornimenti e degli usi collettivi.

Solo cinque anni prima, ricordava *Time*, George W. Bush ottenne la rielezione inneggiando alla *ownership society*, la “società del possesso”. «Più possesso ci sarà in America più vitalità ci sarà in America», proclamò il presidente repubblicano ottenendo il secondo mandato. Commentava *Time*: «Proprio mentre Bush ne annunciava la nascita, la *ownership society* era già marcia dentro». Si era già infatti nell’era di Napster, un programma di *file sharing*, il primo sistema di *peer-to-peer* di massa. La digitalizzazione della musica, che mandava in soffitta i cd, cioè la cosiddetta *Napsterization*, scriveva *Time*, «si diffonde in tutti gli altri media, e nel 2008 l’architettura finanziaria che era stata costruita per tutta questa *ownership* - i mutui *subprime* e i *credit-default swap* - ci è crollata addosso. L’*ownership* non solo non ha reso gli Usa più vitali, ma ha portato il paese quasi alla rovina».

### Il consumo collaborativo

Pressati dalla crisi e nel frattempo aiutati dalle nuove tecnologie, molti americani, specie giovani, stanno facendo di necessità virtù, rivolgendosi verso forme di consumo diverse. Il “consumo collaborativo”, appunto. Che, per giunta, ha una serie di ricadute positive, nella creazione di aziende di successo, nella maggiore consapevolezza ambientale, nel rimotivare lo spirito di comunità perduto. «In

un’era in cui le famiglie – scrive *Time* - sono ognuna per sé e non facciamo più incontri con le persone per strada, la condivisione delle cose – anche con gente che abbiamo conosciuto solo *on line* – ci consente di creare collegamenti significativi». Dice Rachel Botsman: «la condivisione da pari a pari comporta la riemersione della comunità, e funziona perché le persone si possono fidare l’una dell’altra». In Italia, la giornalista economica Roberta Carlini definisce quest’insieme di nuovi comportamenti “collaborativi” “*l’economia del noi*”, che è il titolo di un libro da lei scritto nel 2011 per Laterza. Il saggio descrive e analizza acutamente quelle esperienze fondate sui legami sociali, «nelle quali gruppi di persone entrano in relazione e cercano soluzioni comunitarie a problemi economici, ispirate a principi di reciprocità, solidarietà, socialità, valori ideali, etici o religiosi. Fuori dalla logica esclusiva dell’*homo economicus*, spesso contro di essa, ma dentro il mercato. Fuori dalla scena politica istituzionale, ma spesso con l’ambizione di portare una propria visione politica nel fare quotidiano. Fuori dall’universo chiuso dei beni proprietari, nello spazio aperto dei beni comuni».

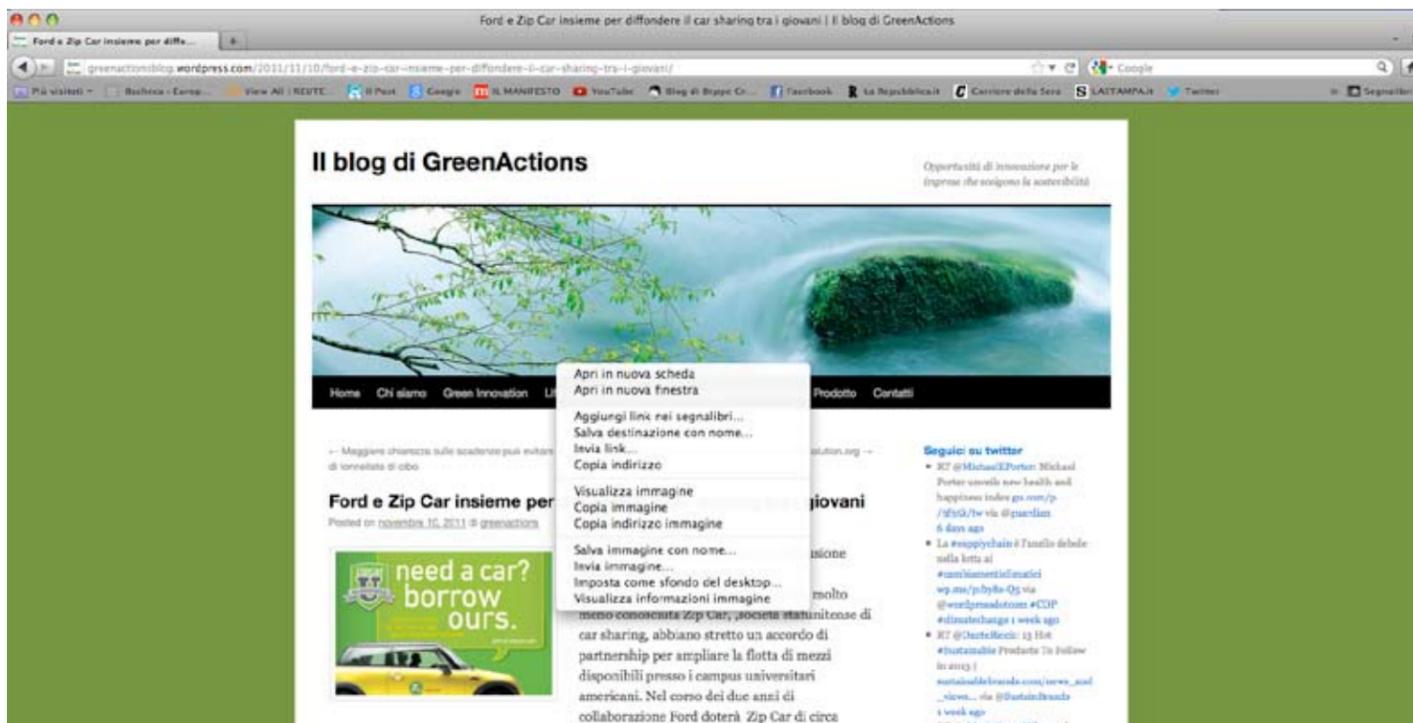
Nel frattempo, molto rapidamente, quel che era un’area tematica riservata alla sinistra più attenta all’economia sostenibile nelle sue diverse declinazioni è diventata un terreno di dibattito molto più ampio e articolato. A occuparsene, infatti, sono anche *magazine* globali e ad altissima tiratura, come *Time*, appunto, o



come, recentemente, *The Economist*, che non è certamente un organo che strizza l’occhio alle mode di sinistra. Lo scorso marzo il settimanale britannico ha dedicato una serie di pagine speciali alla *sharing economy* e al *collaborative consumption*, un fenomeno che esplose, nota il giornale, all’indomani della crisi finanziaria globale. «C’è chi vede lo *sharing*, con il suo mantra che “l’accesso sposta il possesso” come un antidoto post-crisi al materialismo e all’iperconsumismo. Può anche avere benefici ambientali rendendo più efficiente l’uso delle risorse. Ma qualsiasi sia la motivazione, la tendenza è chiara: “la gente cerca di comprare servizi con discrezione quando ne ha bisogno, invece di possedere un bene”, dice Jeff Miller, il capo di Wheelz, una società californiana di auto a noleggio *peer-to-peer*».

### La fine dell’automania

Intendiamoci: sono nicchie di consumo consapevole ed elitario che scalfiscono appena, almeno per ora, l’ipertrofia consumistica e la logica dei giganti del commercio. Proprio in questa Pasqua 2013, Billa, che fa parte del gruppo Rewe International Ag, leader della grande distribuzione tedesca, ha tenuto aperti i suoi supermercati in Veneto. Eppure queste tendenze sono un sintomo interessante di qualcosa di più profondo che sta avvenendo nelle società occidentali. Già, perché la crisi che si sta vivendo non è come le molte altre, che, dal dopoguerra a oggi, hanno scandito i diversi cicli alti e bassi delle vite degli europei e degli americani. Quella attuale è lì per durare, anche se possono esserci segnali più rosei. E allora,

Sul sito di  
Zipcar

se dura e se non s'intravede neppure la via d'uscita, la costrizione a *stringere la cinghia*, come è sempre avvenuto nei momenti di vacche magre, questa volta potrebbe cristallizzare abitudini di consumo più sobrie e parsimoniose. E in questo prolungato stato di austerità forzata potrebbero affermarsi più facilmente stili di vita virtuosi e solidali. Col tempo un'attitudine a consumi oculati e ragionati potrebbe diventare un "mindset", una mentalità, come ha scritto Andy Hough su *UsNews and World Report*. D'altra parte come può andare avanti con questi ritmi di consumo una società dalla carta di credito facile, costretta però oggi – lo dichiara il 72 per cento degli americani – a ridurre drasticamente il proprio budget domestico?

Sono i giovani, i più coccolati tra i consumatori, che oggi sembrano i più riluttanti a spendere. Dice la *financial expert* Farnoosh Torabi, autrice di "Psych Yourself Rich": «Hanno potuto vedere precocemente nella loro vita come spendere e spendere può farti deragliare e farti dirottare dai tuoi obiettivi». Ma non è solo l'esperienza di vivere da ragazzo e da giovane una crisi che ha messo in ginocchio la tua famiglia e le sue consolidate certezze a forgiarti una psicologia di consumatore più avvertito. Sono anche altri cambiamenti sociali che, nel frattempo, agiscono sul costume e lo trasformano. Per esempio l'automobile, il feticcio numero uno degli americani, oggi è considerato un bene "negoziabile" in nome di un'organizzazione diversa della mobilità, più amica dell'ambiente e del paesaggio urbano. Brandford Plumer, su *The New Republic*, arriva a parlare di "fine dell'automania". E sottolinea come nel 1976 tre quarti dei giovani in età di patente ne fossero provvisti mentre nel 2008 erano scesi al 49 per cento. Citando poi un'indagine di Zipcar, una società di *car sharing*, rileva che il 67 per cento di giovani tra i 25 e i 34 anni si dice disponibile

a guidare meno in presenza di alternative valide: il *car sharing*, appunto, un migliore trasporto urbano, più estesa pedonalizzazione degli agglomerati urbani. La ragione di questo mutamento di mentalità? Non solo meno soldi e una più spiccata sensibilità ambientale, ma anche, o soprattutto, la diffusione pervasiva dei *social media*. «Un tempo – osserva Plumer – un giovane appena patentato prendeva la macchina e la riempiva di amici per andare in giro senza meta. Oggi i *teenager* possono socializzare attraverso Facebook e via sms. Secondo l'indagine di Zipcar, più della metà dei giovani dicono che preferiscono *chattare online* piuttosto che prendere la macchina per vedere i loro amici». È questo *mix* di evoluzione tecnologica e di *austerità* che sta cambiando il panorama sociale occidentale. È un cambiamento – questa volta è il caso di dirlo epocale – di cui non si vede traccia nel discorso politico e culturale dominante, ma che fatalmente finirà per trasformare anche la politica come l'intendiamo oggi.

Anche in Italia, che pure ha un parco circolante di trentasei milioni e mezzo di auto e di sei milioni di motociclette (dati 2009) ed è il paese europeo con la più alta concentrazione di macchine in Europa grazie all'incredibile rapporto di cinquantanove vetture ogni cento abitanti, si stanno affermando, anche se più lentamente che altrove in Occidente, il *car sharing* (un servizio di mobilità sostenibile gestito che permette di utilizzare un'automobile su prenotazione, prelevandola e riportandola in un parcheggio dedicato, e pagando in ragione dell'utilizzo fatto) e il *car pooling* (auto di gruppo o condivisione di automobili private tra persone che compiono lo stesso percorso). Gestito da città consorziate nel circuito nazionale *Iniziativa car sharing* (Ics), organo del ministero dell'ambiente, che ne garantisce l'omogeneità delle apparecchiature e l'interoperabilità dei servizi, il *car sharing* si fa strada, anche se con fatica, nei nostri centri urbani congestionati. I servizi aderenti al circuito unico nazionale contano già (al dicembre 2009) circa quindicimila utenti, 573 auto e 383 parcheggi, per una media di circa ventisei utenti per ogni auto. A Roma si assiste a quello che il *Corriere della Sera*, nelle pagine locali, l'aprile d'un anno fa, definisce "un boom". «Al 31 marzo, gli utenti sono 2.294: in media quaranta nuovi iscritti al mese dall'inizio del 2012. Una domanda che cresce in maniera sostenuta, anche se l'offerta è sostanzialmente invariata e copre integralmente solo quattro municipi», dichiara alla cronista Carlotta De Leo Sandro Bartolucci, responsabile del *car sharing* nella Capitale. «I nostri utenti – spiega Bartolucci – hanno in media 46 anni e la loro è una scelta ponderata, da padri di famiglia che decidono di lasciare la macchina per rispettare l'ambiente e risparmiare – dice Bartolucci –. In questi ultimi mesi poi stiamo notando un uso più oculato e perciò efficiente sul numero di giorni utilizzati e sui chilometri percorsi. Insomma, con la crisi si risparmia anche sul *car sharing*». Più difficile, invece, convincere i giovani. «Anche se sono sensibili al tema della sostenibilità ambientale – aggiunge – sono quelli che più desiderano l'auto di proprietà e faticano a passare dalla logica del possesso a quella dell'utilizzo».

Va ancora meglio, anche tra i giovani, il *car pooling*. Secondo i dati più recenti pubblicati dal Bringme Social Carpooling – il portale web completamente gratuito dove si possono condividere i posti in auto grazie all’incontro della domanda e dell’offerta di passaggi – in soli tre mesi gli utenti iscritti al servizio sono aumentati dell’ottanta per cento, portando il numero di viaggi pubblicati alla cifra record di 6.554 con 16.700 posti disponibili. La home del portale quantifica il risparmio generabile in oltre 83.000 euro, senza contare che condividere l’auto significa anche ridurre le emissioni inquinanti.

Certo, per molti versi, se non in Italia, ma di sicuro in America, forme di utilizzo di gruppo o condiviso dell’automobile sono praticate da tempo. Erano comuni nelle

bacheche delle università gli annunci di offerte di passaggi in auto a colleghi diretti verso la stessa meta in cambio della condivisione della guida e delle spese di viaggio, benzina e pedaggi. Oggi li ritrovi su una miriade di siti web. Fu soprattutto negli anni Settanta e Ottanta, con il caro petrolio, che le forme collettive di trasporto presero piede in America. E oggi, di nuovo per via dei costi sempre più insostenibili del mantenimento di un’auto privata, si moltiplicano le modalità di *car sharing* e di *car pooling*, una creatività e un aguzzare l’ingegno che ci parlano anche del piacere di riscoprire socialità e solidarietà. Anche l’autostop dell’epoca di Jack Kerouac, oggi vietato nelle autostrade e molto poco praticato, torna in auge, anche se sotto altre forme. A Trento, riferiva *la Repubblica* del 29 febbraio 2012, nell’inserito Motori, un intraprendente cittadino ha progettato «un sistema per risparmiare sui costi di trasporto, che ha chiamato Jungo, un autostop



Autostop in città. A Trento

urbano che “sfrutta” il flusso naturale di automobili già in movimento (diversamente dal *car sharing* e dal *car pooling*, che utilizzano auto precedentemente “prenotate”). Il tutto funziona come un autostop di massa orchestrato da una centrale operativa: ogni persona che aderisce all’iniziativa deve, al momento del passaggio, esibire una *card*, rilasciata solo a chi non ha precedenti penali e stradali (“questo rende il sistema molto sicuro, a differenza dell’autostop”, spiega l’ideatore Enrico Gorini) e se nota irregolarità nella condotta di chi guida può segnalarlo al gestore del sistema. Al termine del percorso il passeggero rimborsa il pilota con un ticket, prefissato da Jungo, e bastano uno o più passaggi per risparmiare sui costi e sulla ricerca di un parcheggio. Il tempo medio di attesa è di circa sei minuti, il movimento conta quasi mille aderenti e ha referenti in undici città del nord Italia. Si tratta ancora di un esperimento pilota, ma ci sono buone possibilità che segni l’inizio di un nuovo modo di concepire i trasporti su strada».

Recensendo su *Polemos* il libro di Guido Viale, *Vita e morte dell’automobile*. La

*mobilità che viene*, Antonio Castagna scrive: «La questione centrale posta da Viale è proprio nel nesso tra uso dell’automobile e scomparsa dello spazio pubblico, lo spazio dei “contatti fortuiti”, la piazza, il mercato degli “scambi”, delle “contrattazioni”, ma anche lo spazio del confronto pubblico nei comizi politici, ormai trasformati in show televisivi. Contestualmente, l’automobile estende lo spazio privato, perché è come un guscio protettivo, una casa semovente, dove finiamo per trascorrere la maggior parte del nostro tempo libero. Il nesso sollevato da Viale è importante, perché ci costringe a osservare la questione dal punto di vista della necessaria riorganizzazione della vita urbana, dove sempre di più la frenesia non coincide con la velocità (dati i tempi eccessivi dedicati allo spostamento) e dove sempre meno esistono “spazi di incontro non programmati”».

### La nostra vita e quella delle api

Lottantaquattro per cento del pesce che consumiamo in Italia è importato. Con 7458 chilometri di coste, dalla morfologia e dalle caratteristiche più diverse, che disegnano lo stivale e le isole, il paese dalla più varia e lunga tradizione di navigazione e di pesca nel Mediterraneo vede deperire e quasi scomparire una risorsa fondamentale per la sua economia ma anche per la conservazione e la valorizzazione delle sue peculiarità ambientali, paesaggistiche, culturali, sociali. Si può rovesciare questa tendenza autodistruttiva? C’è chi ci prova. Con qualche successo. Limitato e circoscritto, certo, sufficiente però a dimostrare che non è un’utopia né un vezzo ideologico, ma che è possibile costruire un modello virtuoso di sfruttamento delle nostre acque, che rilanci la pesca sostenibile, dia lavoro e dignità ai pescatori, fornisca prodotti ittici buoni e freschi e contribuisca al mantenimento dell’ambiente. Se ne parla una sera, a pochi passi dall’imponente basilica dei Frari, nella sala della Scoletta dei Calegheri.

Quest’edificio del Quattrocento, che era la sede della confraternita dei calzolari veneziani, è oggi del Comune, che lo concede per riunioni pubbliche, come



il sito di VenezianoGas

le assemblee periodiche di Veneziano Gas, il gruppo di acquisto solidale a cui aderiscono circa centocinquanta tra nuclei familiari e persone singole, tutti residenti nel Centro storico di Venezia. Fin dalla sua costituzione, nel 2001, il Veneziano Gas ha scelto di effettuare i propri acquisti stabilendo, il più possibile, rapporti diretti di conoscenza con i singoli produttori. Ecco perché Ennio Trevisan racconta a una quarantina di soci del Gas la sua vita e la sua attività di molluscocoltore e pescatore della laguna, spiegando che cosa c’è dietro quella confezione in rete di vongole che, chi vorrà, potrà poi ordinare via internet. Nell’acquisto dei molluschi di Trevisan non ci sarà solo la garanzia della freschezza e del sapore vero, ma anche la consapevolezza di contribuire alla ricostituzione delle forme comuni di sfruttamento

delle risorse lagunari in grado di combinare redditività e conservazione. L'opposto della pesca illimitata e irresponsabile che ha ridotto l'Italia a paese importatore di pesce. Il realismo di chi cerca di ricostruire pazientemente ciò che i supposti realisti del mercato hanno quasi del tutto distrutto.

Un'altra sera, ai Calegheri, si parla di miele biologico, con un apicoltore nomade che descrive la sua vita e quella delle api, così intimamente legate tra loro, con una passione e una competenza che fanno capire l'importanza di questo insetto sociale più di una dotta lezione accademica. Un insetto che l'avidità miope dell'iperconsumismo rischia di fare letteralmente scomparire. Giustamente il *New York Times*, il 28 marzo, dava come prima notizia, nel suo sito, la misteriosa moria di api in California, che interessa il 40-50 degli alveari dello stato americano e che, tra l'altro, sta mettendo in ginocchio alcune colture, come i mandorli, cruciali per l'economia del *Golden State*. Si sospetta che la causa sia una potente nuova classe di pesticidi conosciuti come neonicotinoidi, che sono incorporati nei semi e quindi nelle piante stesse. Questi insetticidi sono usati anche in Europa e in Italia. E dunque non è tempo perso saperne di più e discuterne, per poi comprare consapevolmente miele biologico, anche perché la condizione della api è ormai universalmente riconosciuta come un essenziale indicatore dello stato del pianeta..

### Il consomm'acteur

I Gruppi di acquisto solidale – sette milioni di persone coinvolte - rappresentano un'esperienza importante del mondo del consumo critico italiano che continua a crescere negli anni ed è ormai diffusa in tutta Italia e nell'opinione pubblica. Il Gas si costituisce, in genere, per favorire la riflessione e la discussione sui temi dell'alimentazione con prodotti biologici, l'acquisto dei prodotti stessi a prezzi accessibili e per stabilire patti fiduciari tra consumatori e produttori (soprattutto locali). Nel corso del tempo, a quelli alimentari, si sono aggiunti altri prodotti, come abbigliamento, calzature, sapone, cosmetici. Fondamentale è il "canale fiduciario" tra produttori e consumatori, alimentato dal comune interesse e definito da parametri condivisi (come le tre P di Prodotto, Processo, Progetto).

Non è semplicemente una forma di resistenza alla crisi economica. È anche questo, ma non se ne capisce il senso né il perché di tante e crescenti adesioni, se non si tiene conto che i Gas esistono e sono attivi da una ventina d'anni e sono guidati dalla solidarietà verso i produttori, la reciprocità all'interno del gruppo, il rispetto dell'ambiente e la ricerca del vivere bene. Accanto poi ai Gruppi di acquisto solidale strutturati, si contano decine di migliaia di iniziative spontanee che nascono e muoiono in continuazione nei palazzi, nei posti di lavoro, nei centri sportivi. La merce non è solo un prodotto e diventa anche strumento di relazione tra produttori e consumatori. Si contano settemila i punti vendita che aderiscono. I gruppi di acquisto sono collegati fra di loro in una rete che serve ad aiutarli e a diffondere questa esperienza attraverso lo scambio di informazioni.

Secondo Laura Antonella Colombo, ricercatrice di Aiceon, «i Gas sono laboratori di economia civile», come recita il titolo di un suo paper (*The Gas as laboratories of civil economy*). Economia civile, un'economia di mercato, ma alternativa a quella capitalistica, in quanto fondata sui principi di reciprocità e fraternità. Come capita nella fasi storiche di crisi, essa trova spazi e consensi. Ma nel caso del Gas, c'è qualcosa di diverso rispetto a esperienze simili del passato. «L'esperienza del Gas fa un passo ulteriore, è una nuova pratica che guarda al futuro. È un caso nel quale il mercato diventa uno strumento di relazione e un luogo di incontri civili e "civilizzanti". E tale relazione diventa più importante dell'acquisto stesso».

Lo stesso spirito del Gas è alla base di esperienze analoghe in varie parti del mondo. I gruppi d'acquisto (*achat groupé* in Francia, *co-buying*, *group buying*, *community shopping*, *team buying* nei paesi anglosassoni) vanno nella stessa direzione del Gas, anche se si privilegia la convenienza del risparmio reso possibile dall'acquisto collettivo in grandi quantità. Anche in questo caso, internet contribuisce a facilitare la creazione di reti di consumatori.

Più simili al Gas, per l'accento posto sulla qualità dei prodotti, sulla relazione produttore-consumatore e sulle relative implicazioni etiche, sono le diverse esperienze legate all'agricoltura sostenibile. Sono esperienze che vengono da molto lontano, sia temporalmente sia geograficamente. Parliamo del Giappone degli anni Sessanta, quando un gruppo di donne si autorganizza per acquistare latte fresco. È il primo gruppo *teikei*, da cui prende le mosse e si sviluppa un vasto movimento di consumatori che stabilisce forme di partenariato con gli agricoltori interessati non solo alla vendita diretta dei loro prodotti ma anche alla tutela della loro qualità e dell'ambiente contadino. Oggi milioni di giapponesi sono coinvolti in forme di *teikei*. Su quella scia si muovono in Germania le associazioni di *Solidarische Landwirtschaft*, in Romania l'Associazione per l'agricoltura sostenibile, negli Stati Uniti i gruppi di *Csa*, *community-supported agriculture* (o *community-shared agriculture*). I soci dei *Csa* pagano all'inizio della stagione della semina una parte del raccolto previsto, poi quando c'è la raccolta ricevono settimanalmente quote di frutta e vegetali. Lo stesso schema si applica a prodotti caseari, erbe, fiori, uova, carne. Alcuni soci dei *Csa* forniscono lavoro invece di pagare i prodotti. In Francia funzionano bene e si diffondono i *Groupes d'achats solidaires de l'agriculture paysanne* (*Gasap*) sempre al fine di avere prodotti buoni e affidabili, a minor prezzo rispetto alla grande distribuzione, sostenendo così *l'agriculture paysanne* e i produttori locali che lavorano secondo metodi rispettosi dell'ambiente e del saper fare tradizionale. Per definire il consumatore di un *Gasap*, è stato coniato il termine *consomm'acteur*.

### Dalla bottiglia alla brocca

Un manifesto che raffigura Massimo Cacciari mentre sorridente si versa dell'acqua da una caraffa in un bicchiere e dice «anch'io bevo l'acqua del sindaco» spicca su una pagina del *New York Times* il 12 giugno 2009. Sarà perché è il sindaco

di Venezia, unica al mondo, ma anche «la città conosciuta per la sua acqua che gira il rubinetto per ridurre l'immondizia», come recita il titolo del quotidiano americano. Sarà perché gli italiani sono «i principali consumatori al mondo di acqua in bottiglia», certo è che fa notizia il successo, al di sopra delle aspettative, dell'iniziativa dell'amministrazione veneziana. Nel febbraio 2008 Cacciari, insieme all'attore Marco Paolini, aveva sposato la campagna di don Gianni Fazzini a favore dell'uso della cosiddetta acqua del sindaco. «L'acqua è come l'aria, un bene pubblico che appartiene alla comunità e non può essere commercializzato», aveva detto il l'ex prete operaio, responsabile della Pastorale per gli stili di vita della diocesi di Venezia, proponendo il digiuno dall'acqua in bottiglia, per prepararsi alla Pasqua e



Un erogatore d'acqua in Lombardia

risparmiare qualcosa da investire nella costruzione di un acquedotto in Thailandia. Così torna sulle tavole dei veneziani la brocca, colma di acqua di rubinetto, anzi la caraffa filtrante, grazie alla campagna di Veritas (la municipalizzata locale). Basta bottiglie di plastica (smaltirle a Venezia costa quasi 250 euro a tonnellata). Anche l'Acqua a Roma e l'Acquedotto Pugliese etichettano il loro prodotto come fosse una bevanda da ristorante di alto livello.

Da allora, in pochi anni, l'acqua del sindaco conquista tante città e tanti italiani, un'iniziativa che, come aveva spiegato Cacciari, «è importante

per la riduzione dell'inquinamento, ma soprattutto per orientare le famiglie verso dei nuovi modelli di consumo, diversi da quelli consumistici». Sorgono e si diffondono le cosiddette Case dell'acqua, erogatori da cui prelevare sei litri (a Milano) di acqua di qualità, liscia o gassata. Nella sola provincia di Milano le 81 case dell'acqua installate consentono nel 2011 un risparmio di oltre trentadue milioni di bottiglie di plastica con enormi vantaggi per l'ambiente in termini di rifiuti (non) prodotti, consumo di petrolio, produzione di anidride carbonica e monossido di carbonio. Attualmente i punti di distribuzione attivi in Italia sono circa 263, con notevoli differenze tra Nord e Sud. «Ogni anno nelle province lombarde, grazie a questo sistema di erogazione dell'acqua risparmiamo circa sedici milioni di bottiglie da un litro e mezzo, per un totale di circa 350 tonnellate di plastica», dice al Corriere della Sera Alessandro Ramazzotti, presidente di Cap Holding, la principale azienda di gestione del Servizio Idrico Integrato delle province di Milano e Monza e Brianza. «In più, aggiunge, con le case dell'acqua abbiamo anche ridotto i trasporti su ruote, limitando notevolmente le emissioni nell'aria con circa 1.400 Tir in meno sulle nostre strade».

Secondo Altreconomia, in Italia «nel 2011 i consumi di acqua sono aumentati rispetto all'anno precedente, passando da 186 a 188 litri per abitante all'anno, numeri che confermano il primato europeo del nostro paese per i consumi di acque

minerali: dei 12,350 miliardi di litri imbottigliati nel solo 2011, oltre 11,320 miliardi sono stati consumati dentro i confini nazionali». Senza dimenticare che ancora oggi «solo un terzo delle bottiglie viene avviato correttamente al riciclo, mentre la gran parte continua a finire in discarica o ad essere dispersa nell'ambiente e che per l'85 per cento dei carichi si continua a preferire il trasporto su gomma. Questo vuol dire che una bottiglia d'acqua che proviene dalle Alpi percorre oltre mille chilometri per arrivare in Puglia, con consumi di carburante e emissioni di sostanze inquinanti conseguenti».

Va riconosciuto a Beppe Grillo il merito di aver messo, tra i temi al centro del suo programma, quello dell'acqua pubblica. E di averci insistito, con particolare foga nella campagna elettorale in Sicilia, la regione con il rapporto più difficile con le risorse idriche. «Uno dei nostri impegni prioritari – andava ripetendo – è la ripubblicizzazione effettiva dell'acqua. È fondamentale dare voce ai 27 milioni di italiani che con il referendum hanno detto no alla privatizzazione. Non può essere il mercato a gestire beni e servizi essenziali come l'acqua». Intanto gli attivisti del Movimento 5 Stelle eletti nei comuni alle scorse tornate elettorali stanno lavorando anche sull'introduzione dell'acqua pubblica negli Statuti.

### Il primato di Vienna

Acqua del rubinetto ma di qualità, car sharing, piste ciclabili, bike sharing, intensificazione del trasporto pubblico, controllo delle emissioni. Le città cambiano lentamente ma decisamente volto. In America, si cominciano a costruire i marciapiedi e a creare car-free zone o pedestrian zone (Pd). Sì, nel paese della mobilità in auto, il movimento dei pedoni conquista finalmente sempre più consenso e spazi fisici. In Europa, i cittadini di metropoli che già vivono la nuova stagione della sostenibilità non sono disposti a negoziare la conquista di una vita migliore con promesse di più soldi e più notorietà, si dovesse pure pagare il prezzo di rinunciare a ospitare i giochi olimpici.

Come a Vienna. «Nel referendum popolare concluso da poco, i cittadini hanno bocciato al 72 per cento una possibile candidatura alle Olimpiadi estive del 2028, infischiosene delle promesse di crescita da capogiro sventolate dal palazzo». Così racconta Flavia Foradini sul Sole 24 Ore il 24 marzo scorso l'esito dell'ultima consultazione popolare a Vienna – diverse ce ne sono state nel corso degli ultimi vent'anni - che comprendeva anche altri quesiti. Così, i viennesi hanno anche deciso che «non vi sarà privatizzazione di servizi primari: acqua, smaltimento rifiuti, ospedali, edilizia popolare, produzione di energia resteranno comunali. E oltre alle quattro centrali fotovoltaiche finanziate di recente dai cittadini, di cui due già in funzione e altre due attive entro l'anno,



Vienna indica la via verso la qualità della vita



consente agli utenti la creazione di una pagina di donazione in cui i proponenti descrivono la causa e il motivo per cui ricercano fondi. Ma non va dimenticato che è nell'alveo della tanto vituperata politica che il *crowdfunding* nasce e si afferma, in America, con le campagne presidenziali di Barack Obama e, in Italia, con la mobilitazione attivata dal Movimento 5 Stelle.

È stata coniata una brutta parola per descrivere il *crowdfunding* e le pratiche analoghe che si sviluppano grazie alla rete, nello spirito della condivisione e della collaborazione orizzontali: "disintermediazione sociale". Ma nella sostanza è un modo bello e pulito per finanziare le buone cause e non lasciare ai vari poteri forti il monopolio dell'organizzazione delle nostre vite e della nostra società..

## Epilogo

Avremmo potuto parlare anche dell'*home exchange*, detto anche *house swapping*. Le vacanze con lo scambio casa stanno prendendo sempre più piede, in tutte le parti del mondo. E in America la loro crescita va di pari passo con la crisi della compravendita delle abitazioni. Avremmo potuto occuparci del *bike sharing*, anche questa una pratica in crescente diffusione. Tra le metropoli c'è competizione per il primato della più estesa rete di piste ciclabili e del più sofisticato ed efficiente sistema di noleggio delle biciclette. Avremmo potuto dare spazio alla diffusione del baratto o *swapping*, a cui sono ormai dedicati numerosi portali e forum. O alla banca del tempo. O al micro-credito. O al diffondersi delle buone pratiche delle pubbliche amministrazioni in materia di ambiente e di mobilità. O alla miriade di cooperative sociali e di imprese *non profit*. O alle tante forme di democrazia partecipata. E poi agli effetti collaterali dell'affermarsi di abitudini di vita diverse dal passato: come la sensibile diminuzione dei consumi petroliferi in Italia, un quarto di meno, in un anno, legato anche al diffondersi del *car sharing* e del *car pooling*.

L'intenzione non era però quella di dar conto in modo esauriente delle numerosissime forme di nuova socialità e di consumo consapevole e collaborativo, anche se la quantità, la varietà, il continuo e fantasioso fiorire di esperienze all'insegna della condivisione e della sostenibilità sono il principale e più vistoso sintomo di quanto sta succedendo in questi tempi di crisi e di reazione alla crisi.

L'obiettivo delle pagine che avete letto è di mettere in evidenza l'unicità della congiuntura astrale che viviamo. Un momento storico nel quale - di fronte a una crisi senza precedenti per intensità, per durata, per estensione, ma anche per la novità di molti suoi tratti distintivi - non c'è il dilagare della protesta, non è scattato un eccezionale allarme sociale e politico, come invece ci si sarebbe potuti aspettare. Certo che c'è anche "la piazza" e ci sono state anche manifestazioni con morti. Ci si aspetta il peggio. Ed è particolarmente inquietante il fenomeno dei suicidi di imprenditori disperati. Eppure non si ha la sensazione di rivivere la durezza e la violenza dello scontro di classe che hanno segnato altre epoche del Novecento di malessere economico e sociale. Si pensi all'Italia degli *anni di piombo*. Oggi non è così. Non è ancora così, forse. Di certo, quel che è cambiato, rispetto al passato, è che al conflitto si accompagnano oggi la costruzione orizzontale e la diffusione veloce e pervasiva di forme di convivenza e di consumo alternative che stanno man mano disegnando il profilo di un'altra società possibile. Più giusta, più solidale, più altruista, più sostenibile, più coesa, più partecipata. Una tendenza che trova eco e ne viene di rimando alimentata dall'emergere di nuovi leader nel mondo che parlano il linguaggio della collaborazione e della fraternità. Come il nuovo papa.

Nessuna fuoruscita dal capitalismo. Nessuno scontro tra chi lo vuole abbattere e

chi lo vuole riformare. Senza strombazzature ideologiche, si fanno strada nuovi stili di vita, molti dei quali trovano origine negli anni Sessanta. Fenomeni di costume, mode, bizzarrie: così apparivano ai sociologi di allora. E chi non li condivideva, li considerava appannaggio di ambienti marginali anche se di gente tutt'altro che ai margini della società. Spesso erano considerati tic ideologici di gente benestante, contraria all'estensione del benessere di cui loro godevano, e a cui potevano perfino permettersi il lusso di rinunciare. Oggi quella percezione sta cambiando.

Non vuol dire che i gusti e le mode di una minoranza abbiano conquistato la maggioranza o che si facciano strada in senso lineare. Non c'è alcun ribaltamento. La crisi, però, ha messo una bella pulce nell'orecchio di molti, anche di quei tanti che o considerano del tutto "normale" il mondo in cui viviamo o che fino a ieri liquidavano le idee di consumo sostenibile come pallini *radical chic* non estensibili al grosso della popolazione mondiale. A lungo, ai fautori del biologico e, come si dice da qualche tempo, del chilometro zero si è contrapposta l'idea diffusa secondo cui, per alimentare i poveri delle terre più disgraziate, servono gli ogm: oggi simili certezze quanto meno s'incrinano. Come il nucleare contro le rinnovabili, dopo Fukushima.

L'idea che avanza e si consolida è che, se e quando usciremo dalla crisi, non potremo spingere il bottone *rewind*. Non torneremo indietro. Non solo perché non sarà più possibile un turbocapitalismo per tutti, ma anche perché la crisi non ha fermato la nascita e l'affermazione di inedite forme economiche e sociali, in grado di promuovere crescita e progresso. Quindi essa stessa sta producendo in qualche modo una sua possibile soluzione. Non all'insegna del pauperismo, o dell'autarchia, come avveniva nelle epoche di guerra o successive alla guerra, ma una soluzione adatta a configurare un sistema produttivo moderno, capace di creare ricchezza e occupazione, combattendo sprechi e danni e ingiustizie.

Ci vorrà tempo? Certo. Sarà un tragitto contraddittorio, non lineare, non incrementale? Ovvio. Di sicuro, ci sarà l'opposizione dura e nervosa del vecchio, ma l'importante è che si sia aperto un percorso nuovo.

Un orizzonte verso cui muoversi.