

Image not found or type unknown



TEMPI MODERNI

#Blackfriday La follia che ci riporta agli idoli

EDITORIALI

29_11_2016

img

Image not found or type unknown

**Benedetta
Frigerio**

Image not found or type unknown

Venerdì scorso un poliziotto di Manchester ha twittato così: “Almeno due persone già arrestate in mattinata durante i saldi di *#blackfriday*. Gente, mantenete la calma!”. In Inghilterra un negozio della catena Tesco ha dovuto chiamare la polizia per richiamare i clienti all’ordine, mentre circa 200 consumatori si sono rifiutati di lasciare i negozi nonostante la merce desiderata fosse terminata. Un dipendente del grande magazzino londinese ha poi dichiarato alla Bbc: “Guardavo l’enorme folla per vedere le persone che si arrampicavano sugli scaffali e sugli espositori, al personale che correva ai ripari, ai litigi che scoppiavano, alla merce che volava in aria...e questo ancora prima che la vendita cominciasse”. La Bbc ha poi descritto “gente che si mordeva a vicenda che si pizzicava, che dava pugni e calci”.

Il bollettino delle forze dell’ordine londinesi a fine giornata è stato di alcuni feriti oltre che degli arresti per attentato alla sicurezza pubblica, mentre il bilancio americano è fra i peggiori degli ultimi anni: due persone sono morte (una durante una sparatoria

cominciata dopo una lite per un parcheggio in un centro commerciale), altre sono rimaste ferite. Ma sono anni che gli incidenti proseguono e vengono tollerati in nome del profitto da capogiro (oltre 3 miliardi di dollari spesi solo quest'anno) che gioca sulla psicologia di chi, "ricattato" dagli sconti, arriva a comprare anche quello a cui avrebbe normalmente rinunciato e quindi a spendere più di quanto avrebbe mai pensato.

Pare una follia. Eppure le immagini in rete delle aperture dei negozi durante il *Black Friday* non colpiscono solo per l'ordinaria bestialità a cui l'uomo moderno è stato ridotto, ma anche perché descrivono una smania che tutti, se sono leali, possono più o meno riconoscere in se stessi pur non arrivando magari a scannarsi per comprare un maxischermo con il 30 per cento di sconto o a passare dieci ore in fila per acquistare una borsa firmata a prezzo ridotto.

Ma se da una parte il *Black Friday* è l'espressione tragica del consumismo, dall'altra rappresenta anche il suo fallimento. Infatti, se da una parte il consumismo è l'ideologia per cui, escludendo la possibilità di una realizzazione ultraterrena, si mira a garantire il benessere a tutti i cittadini (illudendosi di mantenere così in ordine la società), dall'altra resta il cuore umano che, insaziabile, non si accontenta nemmeno della prosperità più sfrenata. Anzi più beni materiali riesce ad ottenere, più impazzisce, frustrato dalla mancanza di un appagamento definitivo.

E' chiaro l'esito della scomparsa di Dio dall'orizzonte mondano e di una vita ridotta a ciò che si vede e si tocca: l'ideale diventa il benessere, l'aspirazione all'eternità e alla felicità senza limiti viene sostituita dal tentativo di ottenere qui e ora quanti più piaceri possibili cercando di sedare bulimicamente una voragine che nessun oggetto o persona riesce mai a placare. Ma questo, appunto, non riguarda solo chi si è azzuffato per un televisore e nemmeno i "senza Dio". Gli stimoli alla dimenticanza pervadono tutto e tutti, influenzando anche i cristiani che in questo tempo dovrebbero essere più che mai richiamati dalla liturgia della Chiesa a vivere l'attesa di Cristo che si fa carne sconfiggendo gli idoli pagani.

Proprio il 22 novembre scorso un editoriale del *Morning Telegraph* parlava di una “guerra sul Natale” che “ha luogo nel nostro cuore...nelle nostre vite, è quella fra il terrestre e il celeste di cui la distrazione è l’arma più potente”. Il giornale spiegava poi, citando lo scrittore inglese Chesterton, che l’arma opposta alla distrazione non è la sola rinuncia (il fioretto) ma la memoria del passato come immedesimazione nei primi che hanno atteso e incontrato il Salvatore. Come a dire che solo chi, come i magi, i pastori, gli apostoli e Maria, ha il coraggio di non scappare dal proprio bisogno illimitato di salvezza, speranzoso di trovare l’oggetto di tale bisogno, può salvarsi.

“Cercate ogni giorno il volto dei santi”, dice la Didaché, ossia di coloro la cui esistenza risplende della verità infinita, più appagante di ogni piccola scintilla o abbaglio. Perché senza una verità divina ma umana non è possibile sconfiggere la distrazione a cui siamo potentemente indotti (non a caso solo il cristianesimo ha potuto superare l’idolatria presente nelle altre religioni) e quindi la mania di possesso delle piccole cose. Non è dunque a forza di rinunce, in questo caso dallo *shopping*, che si vince l’idolo, ma solo quando il sacrificio dell’effimero è pedagogicamente usato come spazio lasciato alla memoria e all’invocazione e quindi al ritorno continuo alla presenza di Cristo incarnato.