



FONDAZIONE ROSSELLI



FONDAZIONE ROMA
TERZO SETTORE

Il consumo

Piste per un percorso multidisciplinare

Progetto di valorizzazione dell'identità dei LES del Lazio

Il consumo come tema multidisciplinare

- Si propone qui una breve pista di indagine su alcuni aspetti connessi al tema del “**consumo**”, al fine di:
 - individuare un **tema di natura economica**;
 - leggere le sue articolazioni in **rapporto** prevalente con le **altre scienze umane**;
 - proporre un esempio di **attività multidisciplinare** da svolgere nel LES, in particolare **nel 5[^] anno**.



Il consumo come tema multidisciplinare

Il consumo è studiato:

- dalle **scienze umane** presenti nel LES (economia, diritto, antropologia, sociologia, psicologia, metodologia della ricerca);
- dalle **discipline umanistiche** (filosofia, storia).



Cenni di storia del consumo in Occidente: il mondo antico

Nel mondo antico e per gran parte medievale il consumo era considerato nel contesto di **una natura limitata, dalle risorse finite, dall'ordine stabilito.**

Da qui:

- l'ideale di un **uso regolato dei beni;**
- l'accumulo di denaro (**mezzo**, mai fine) come contro natura;
- il ricorso alla ricchezza per il **bene della famiglia e della polis,** non come interesse esclusivamente privato;
- un'idea di virtù come uso regolato dei beni.
(vedi Aristotele, *Etica Nicomachea*, Libro IV)



Cenni di storia del consumo in Occidente: la società mercantile moderna

- Con il formarsi della società mercantile in Italia e nelle più avanzate regioni europee, fin dal tardo medioevo **si modifica l'idea negativa dell'uso del denaro** e in generale della **ricchezza**.
- Ciò comporta:
 - una legittimazione via via crescente della ricchezza come **valore**;
 - un uso individuale del denaro e dei beni non più giustificato dalla sua dimensione sociale;
 - l'uso del tempo, del **denaro**, dei beni come fattore di ascesa sociale.

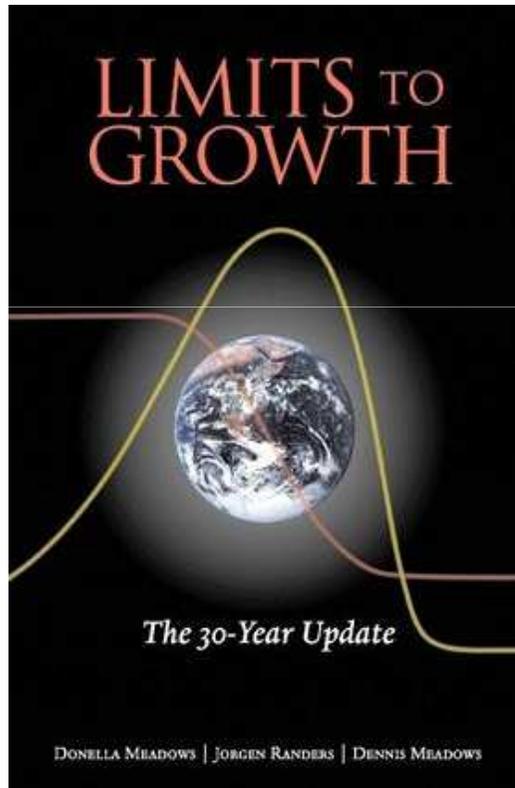


Cenni di storia del consumo in Occidente: la società industriale



- Con l'avvento della società industriale e l'affermarsi della cultura borghese la produzione di beni diventa fattore decisivo della prosperità di una nazione.
- Il denaro e il consumo di beni diventano fattore trainante dell'ascesa sociale.
- Si crea un circuito “virtuoso” tra produzione, ricchezza, consumo, prestigio sociale.

Cenni di storia del consumo in Occidente: la società post-industriale



- Lo sviluppo planetario del modello industriale pone dei problemi via via crescenti, apparsi fin dalla pubblicazione de *I limiti dello sviluppo*, commissionato al MIT dal Club di Roma nel 1972.
- In questa simulazione del processo di produzione e consumo si predicono le **conseguenze della continua crescita** della popolazione sull'ecosistema terrestre e sulla stessa sopravvivenza della specie umana.
- Con l'attuale tasso di crescita della popolazione, dell'industrializzazione, dell'inquinamento, della produzione e dello sfruttamento delle risorse naturali, si andrà incontro a un **declino improvviso e incontrollato**.

Cenni di storia del consumo in Occidente: la società post-industriale

- ▶ Nel 1992 è stato pubblicato un primo aggiornamento del Rapporto e nel 2004 un secondo aggiornamento, dal titolo *Limits to Growth: The 30-Year Update*.
- ▶ Sposta l'accento **dall'esaurimento delle risorse alla degradazione dell'ambiente,**
- ▶ vi si afferma che la crescita della popolazione e della produzione industriale comporta sia il rapido consumo delle risorse, che l'incontrollato **inquinamento dell'ecosistema.**
- ▶ Si riaffaccia così la consapevolezza, che riprende in altra forma il pensiero antico, che **la Terra non è infinita** né come serbatoio di risorse, né come discarica di rifiuti.



Le teorie economiche del consumo

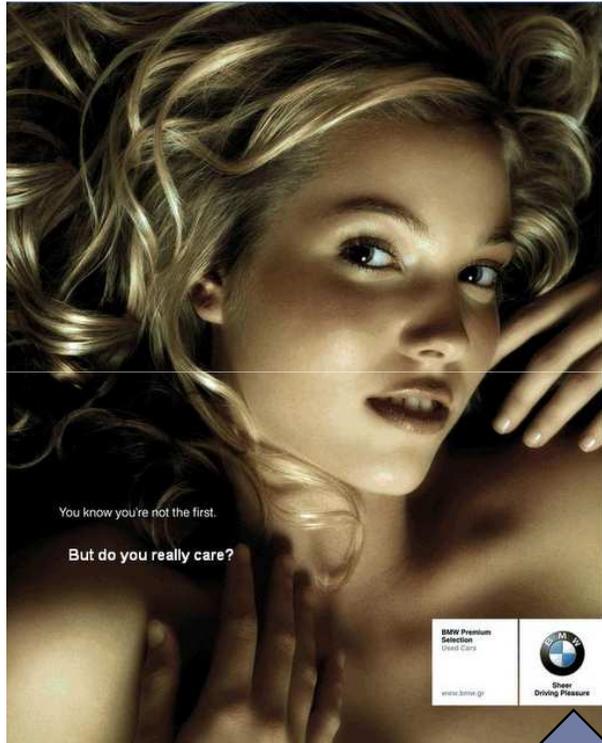
- Il primo economista a formulare una *funzione di consumo* fu l'inglese **John Maynard Keynes**, secondo il quale il reddito di cui dispongono le famiglie rappresenta la componente principale della spesa per consumi.
- Altri economisti hanno evidenziato come il consumo attuale dipenda, oltre che dal reddito attuale, anche dal *reddito futuro*, dalle *possibilità di risparmio*, dalla *disponibilità di credito* e dagli *interessi offerti dalle banche*.
- Secondo la *teoria del ciclo vitale*, che è stata formulata principalmente dall'economista **Franco Modigliani**, le scelte di consumo dipendono dal reddito che si percepisce nonché dal rapporto tra gli anni che prevediamo di vivere e quelli che presumiamo di trascorrere lavorando.
- La *teoria del reddito permanente*, elaborata dallo statunitense **Milton Friedman**, parte dall'ipotesi che non tutto il reddito guadagnato dall'individuo resta fisso nel corso dell'intera vita lavorativa. Esso infatti è soggetto a fluttuazioni continue nel corso del tempo, alcune delle quali si rivelano transitorie mentre altre sono definitive. Il consumo è considerato funzione solo del reddito permanente.

Il consumo come sistema simbolico

- Il consumo, da elemento del sistema economico, diventa sempre più chiaramente un **fattore simbolico**.
- Esso si collega all'**immaginario** e soddisfa **desideri** legati sempre più all'**identità** e sempre meno ai bisogni vitali.
- La nascita e la diffusione della pubblicità accentua questa tendenza, portando sempre più alla **costruzione dei bisogni** e la loro saturazione tramite il consumo.
- La **pubblicità**, da illustrazione del bene diventa progressivamente **costruzione del mondo vitale** che il bene pubblicizzato permette di abitare.
- Dalla merce come bene pregevole alla merce come “**atmosfera**”.



Psicologia dei consumi



Pubblicità di un'auto

- Sempre più la relazione che i consumatori instaurano con le marche dei prodotti è di tipo **simbolico**. Il consumo di certi prodotti diviene una via privilegiata per esprimere le proprie preferenze, i propri gusti, le proprie possibilità economiche.
- Si costruiscono **stili di vita** attraverso la scelta di beni che esprimono la nostra identità.
- La **Psicologia dei Consumi** studia i fattori e le dinamiche che spiegano gli atteggiamenti, le opinioni, le scelte e i comportamenti legati al consumo. Mira a comprendere i fenomeni di consumo studiando **la percezione, l'apprendimento, la memoria, gli effetti della persuasione, i processi identitari nella società contemporanea.**

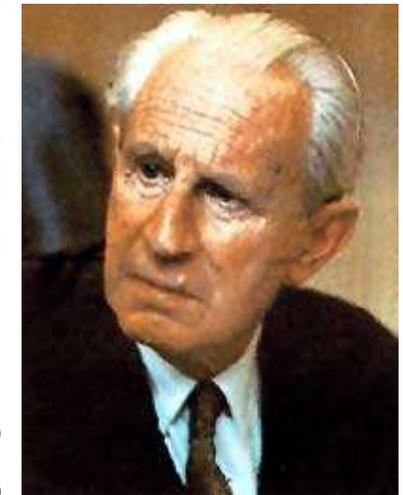
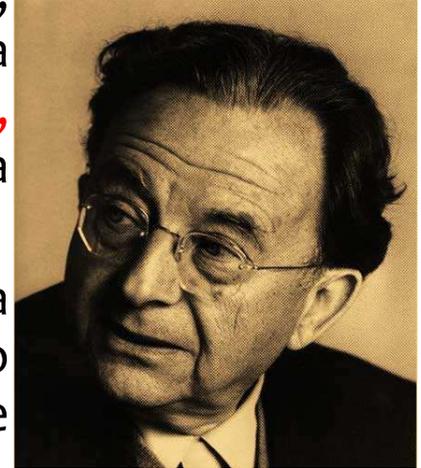
Politica e consumo



- Sul piano dell'identità politica emerge una strisciante trasformazione **da cittadino a consumatore**. La proposta politica, non solo in fase elettorale, utilizza le strategie del marketing e vende un prodotto più che aggregare in un progetto politico.
- I margini di azione e la capacità di critica e controllo da parte dei cittadini è sempre più simile a quella di **un consumatore rispetto al produttore** (minacce di boicottaggio, class action...).

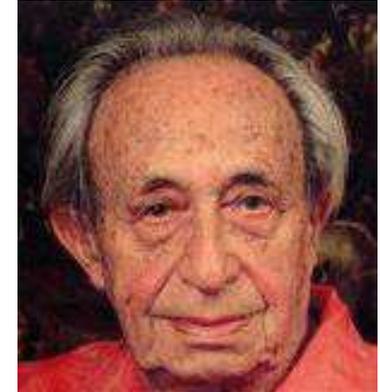
Produzione, consumo e deumanizzazione

- Alcuni intellettuali, a partire dalla fine degli anni '60, espressero una critica serrata alla società dei consumi. La scuola di Francoforte, e in particolare **Herbert Marcuse**, con *L'uomo ad una dimensione* (1964), critica la svolta consumistica della società tardo-industriale.
- L'uomo contemporaneo si è ridotto ad una sola dimensione, quella del produrre e del consumare, avendo perso il senso di ciò che rende la vita degna di essere vissuta: l'eros, l'immaginazione, la creatività, il sentimento, l'espressione di sé.
- Analogamente **Erich Fromm**, nel suo *Avere o essere?* (1976), mostra che l'uomo si trova a dover scegliere tra i valori dell'avere (possesso, consumo, denaro) e i valori dell'essere (le relazioni interpersonali, l'amore, l'apertura all'altro).
- In ogni caso consumismo e produttivismo riducono l'uomo alla sola dimensione dell'agire economico, di fatto deumanizzandolo.



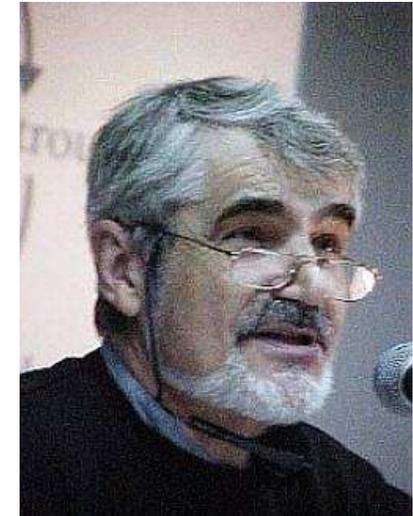
Etica e consumo

- In ambito filosofico, soprattutto dopo la riflessione di **Hans Jonas** (*Il principio responsabilità*, 1979) si affaccia **il problema ecologico** e il nesso con una nuova **etica della responsabilità**.
- La potenza tecnologica espressa dall'uomo contemporaneo lo ha reso pericoloso per sé, per la natura e per gli equilibri dell'ecosistema, al punto da **minacciare la stessa sopravvivenza dell'umanità su questo pianeta**.
- Si impone quindi un'etica responsabile verso l'ambiente e le **generazioni future**, garantendo a chi verrà dopo noi almeno le stesse condizioni di vita e di libertà di cui oggi godiamo.
- Di fronte ai mutamenti climatici, all'esaurimento delle risorse, alla pericolosità intrinseca di certe produzioni si impone quindi una **revisione degli attuali modelli di sviluppo e di consumo**.



Dalla crescita alla decrescita

- Contro il modello di sviluppo basato su produzione e consumo si è sviluppato un complesso di idee che propone modelli culturali alternativi al consumismo.
- Le proposte dei sostenitori della **decrescita** si sviluppano:
 - a livello micro con la scelta di stili di vita detti di **semplicità volontaria**;
 - a livello macro **ristrutturando le attività economiche** al fine di ridurre l'impronta ecologica, gli sprechi energetici, l'impatto ambientale, le disuguaglianze sociali.
- I sostenitori della decrescita affermano che la crescita economica - intesa come accrescimento costante del Prodotto Interno Lordo (**PIL**) - non porta a un maggior benessere.
- Il miglioramento delle condizioni di vita deve quindi essere ottenuto non con l'aumento dei consumi di merci ma con **il miglioramento dei rapporti sociali, dei servizi collettivi, della qualità ambientale.**



Serge Latouche



Il consumo digitale

La diffusione di Internet e la digitalizzazione di molti prodotti culturali hanno prodotto una nuova tipologia di consumo, quello **digitale**, rivolto a prodotti riproducibili e scambiabili a costi insignificanti.

Video, musica, libri, software, ecc. possono essere condivisi:

- costruendo un ambito di scambio gratuito peer to peer;
- azzerando il costo del bene in fase di acquisto;
- costruendo forme inedite di mercato (ad es. Spotify, noleggio in streaming);
- violando le leggi vigenti sul copyright.

E' in atto un dibattito su condizioni, potenzialità e legittimità di questo mercato, quando non è mirante alla frode ma al solo consumo individuale.

Le parole chiave:

produzione

economia

consumo

domanda-offerta

teorie del consumo

crescita- decrescita

mercato

sostenibilità



Le parole chiave:

sociologia

Status sociale

Pubblicità

Moda



Le parole chiave:

diritto

diritti del consumatore



class action

etichette

copyright

beni comuni

Le parole chiave:

antropologia

rito

collasso

cultura materiale



Le parole chiave:

psicologia

persuasione



consenso

simbolo

desiderio

Le parole chiave:

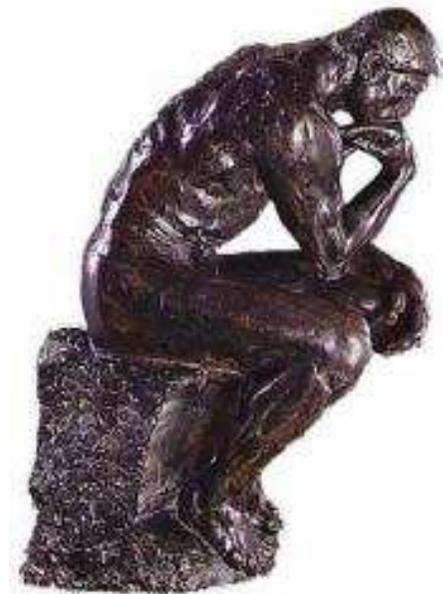
filosofia

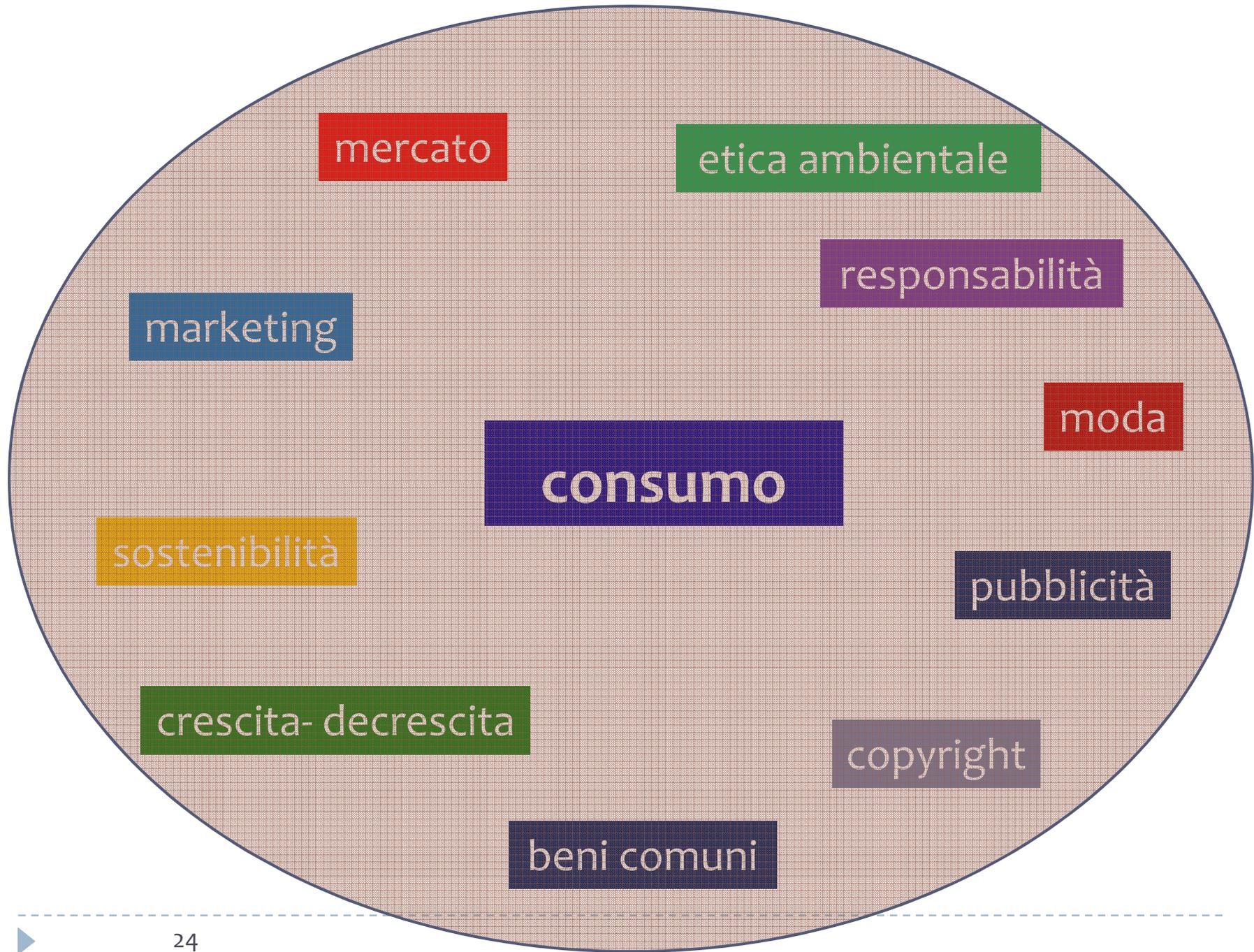
natura

etica ambientale

deumanizzazione

responsabilità





- Utilizzando le competenze fornite dalla **Metodologia della ricerca**, la classe può, oltre alle verifiche tradizionali, affrontare un'analisi sul territorio, ecc.
- delle **forme di consumo** di determinati prodotti per settori di popolazione (*bevande alcoliche, tabacco, alimenti equo-solidali, ecc.*)
- della **diffusione di determinati comportamenti** (*gioco d'azzardo,*
- *uso di social network, condivisione peer to peer di musica o video, ecc.*)



Verifiche e attività

- Costruire un video, o scrivere un racconto, o stendere un breve saggio su (ad esempio:)



*La merce
se venduta si perde,
se usata si consuma;
le idee
se condivise
arricchiscono chi le riceve
senza impoverire chi le dona.*

- **Bibliografia**
- Aristotele, *Etica Nicomachea*
- *Denaro e Bellezza. I Banchieri, Botticelli e il rogo delle vanità*, Giunti Editore 2011
- N. Olivero , V. Russo, *Manuale di Psicologia dei Consumi* , McGraw-Hill, Milano 2008
- Garrett Hardin, *The Tragedy of the Commons* , Science, 162, pp.1243-1248
- E. Fromm, *Avere o essere?*, Mondadori, Milano, 1977
- H. Marcuse, *L'uomo a una dimensione* (1964) Einaudi, Torino 1967
- Diamond, Collasso,
- H. Jonas, *Il principio responsabilità. Un'etica per la civiltà tecnologica*, (1979), Einaudi, Torino, 1990
- S. Latouche *Come si esce dalla società dei consumi. Corsi e percorsi della decrescita*, Bollati Boringhieri, Torino, 2011
- M. Pallante, *Meglio e meno. Decrescere per progredire*, Bruno Mondadori, Milano, 2011

