

Una nuova religione

«Il Pil misura tutto, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta. Può dirci tutto sull'America, ma non se possiamo essere orgogliosi di essere americani»

(R. Kennedy, 1968)

Un africano consuma in media 19 litri di acqua al giorno, un europeo 260 e uno statunitense 575 soprattutto per innaffiare e lavare l'auto. Ogni mucca europea riceve un contributo annuo di 913 dollari, più del doppio del reddito pro-capite africano e oltre 100 volte il sussidio fornito a ciascun abitante dell'Africa sub-sahariana.

Un'oligarchia di potentati ha imposto il Pil come indicatore del benessere di un Paese. In un periodo nel quale le economie europee stentano nel raggiungere l'agognata "crescita", c'è chi ha proposto – anche per l'Italia – di conteggiare nel Pil nazionale i proventi derivanti da attività remunerative come il gioco d'azzardo (terza economia al mondo), prostituzione e vendita di droghe, perché producono ricchezza e posti di lavoro, quindi benessere.

«La crisi che stiamo attraversando è culturale, prima che economica», ammoniscono esperti e studiosi e questi fatti sem-

**Acritica e universale.
Annulla ogni differenza
per incentivare gli acquisti**

brano confermarlo. Nonostante un Pil planetario ai massimi livelli e in continua crescita, la maggior parte dei leader e delle popolazioni mondiali appare disorientata e preoccupata del proprio futuro, smettendo clamorosamente l'equazione Pil=benessere.

Qual è la spiegazione e i possibili rimedi? Qualsiasi sistema umano ha bisogno di un modello di

riferimento, di una *religio* per muovere grandi masse di popolazione verso obiettivi specifici. Le nazioni più importanti del XIX secolo (Germania e Francia, in particolare) si sono formate sulle idee di Montesquieu, Smith e Voltaire; senza il contributo della filosofia di Marx ed Engels il comunismo sovietico non si sarebbe diffuso in modo radicale. Questa società post-industriale neo-

liberista, necessita di una *religio* acritica che, annullando le distinzioni tra Bene-Male, educatori-alunni, maschio-femmina, possa incentivare acquisti non indispensabili e, quindi, la crescita economica.

Tutto questo per dire che i grandi comunicatori dei media (pubblicitari, registi e attori di tv e cinema, ecc) sono in qualche modo i "sacerdoti" di questa *religio*. Parlando con linguaggio coinvolgente a vaste platee di pubblico, influenzano efficacemente valori e stili di vita. Essi sono probabilmente il bandolo da cui partire per cercare di dare una svolta culturale al Paese. In che modo? Lo vedremo nella prossima puntata della nostra rubrica.

cardarelli.raffaele@gmail.com

