

*Che la crisi si aggravi* (FRANCOIS PARTANT)

### **Premessa**

La società dei consumi è morta: viva la *nuova* società dei consumi. Tanta acqua è ormai passata sotto i ponti da quando, nel 1970, [Jean Baudrillard](#) [alias] ha descritto in *La società dei consumi* <sup>(1)</sup> la natura profonda della società mercantile occidentale coniando questa espressione. La vecchia «società dei consumi» ha cambiato volto e si è trasformata come se avesse subito una «mutazione». Curiosa metamorfosi: essa *rinnega*, ma al tempo stesso *accentua* i tratti più caratterizzanti della «prima» società dei consumi. Vediamone le linee generali.

La crisi economica ed i rischi crescenti di destabilizzazione planetaria non vanno a ledere la società consumista, ma piuttosto a rafforzarla, a trasformarla in ciò che i sociologi chiamano già «società dei consumi di crisi». Il suo volto si delinea fin da oggi. E narcisista, iperindividualista, conservatrice; allea istituzioni neofeudali e pratiche corporative ad un'accentuazione della massificazione sociale; associa l'espansione dell'autonomia individuale a quella dei poteri di controllo di tecnostutture sofisticate; mischia stranamente una rinascita di atteggiamenti «organici» - quali un recupero ambiguo delle radici e delle forme di vita conviviali - con un sovrappiù di tecnicismo freddo, di egualitarismo programmato. Un misto del *1984* di [Orwell](#) e di un nuovo medioevo ...

La società dei consumi invecchia e si appesantisce, si fa meno conquistatrice; con questo non è che si indebolisca, è anzi sempre più «insediata». Più discreta, penetra in profondità tutti gli strati sociali, diversificando il proprio approccio con ciascuno di essi. Contrariamente alle apparenze e a quanto succedeva ancora recentemente, non vi sono più emarginati dal consumismo e dal suo psichismo. La situazione odierna può essere descritta in termini di *integrazione totale*.

Il sessantotto ha marcato l'apoteosi della società consumistica classica: ci si trovava al centro della grande prosperità del dopoguerra, all'apogeo del tasso di crescita. La «modernizzazione» procedeva a passi da gigante, la disoccupazione era insignificante, il tenore generale di vita in piena ascesa. Le classi meno favorite scoprivano per la prima volta l'assalto ai consumi, e intendevano goderne immediatamente.

L'Europa sperimentava la *cultura mondiale di massa* di stampo anglo-sassone.

Il sessantotto fu al tempo stesso la *contestazione* e l'*assunzione* di questo stato di fatto. La contestazione: il borghesismo della società dei consumi, il culto dell'economismo liberale e del tasso di crescita, la società anonima e massificata, la razionalizzazione del lavoro e della vita sociale furono aspramente denunciati. Ma queste denunce erano inconseguenti e contraddittorie. La nuova società dei consumi appare quindi come l'*integrazione dell'ideologia che ha dato vita al sessantotto nella società mercantile e la conseguenziale evoluzione di quest'ultima*: cioè il rafforzarsi del suo spirito borghese e della sua uniformità mercantile sotto il simulacro di un loro addolcirsi. La *nuova* società dei consumi comincia dunque simbolicamente la sua ontogenesi nel 1968.

I contestatori le intimavano, in qualche modo, di mantenere le sue promesse, di realizzare i suoi obiettivi. «Tutto e subito», «sotto il pavé, la spiaggia», «godere senza ostacoli», che cosa sono - come tutti gli altri slogan del maggio parigino - se non l'impensato della pubblicità, se non il discorso implicito del consumismo, se non l'ingiunzione fatta alla società occidentale di adempiere al suo impegno?

Sotto certi aspetti, la nuova società dei consumi ha *integrato* queste rivendicazioni. I pubblicitari, i *marketing makers*, i «lavoratori sociali» di altro tipo, i «creativi», sono dei sessantottini omologati. È falso dire che si sono lasciati «recuperare» dal sistema, perché essi erano già da sempre nel sistema, dentro il nuovo sistema.

Come scrive Alain de Benoist «*non è certo che il sessantotto sia stata una reazione contro lo spirito del tempo. Ho piuttosto l'impressione che ne fu un prodotto (e persino un sottoprodotto)*. Chi si

---

<sup>(1)</sup> Jean Baudrillard, *La società dei consumi*, Il Mulino, Bologna, 1970 [[ult. ed. francese](#)].

*ribellava (...) contestava la società in atto in nome dei suoi stessi principi, rimproverandola (...) di averli traditi* » (2).

Giacché, che venissero da paleomarxisti o da [situazionisti](#), le contestazioni, nella loro estrema ambiguità, attaccavano le forme della società dei consumi classica (ineguaglianza, standardizzazione e razionalizzazioni brutali, ecc.) in nome della sua stessa ideologia (l'economismo, il diritto alla felicità, l'individualismo, l'egualitarismo, il diritto all'abbondanza, ecc.).

Espressi dal sessantotto, gli ideali della nuova società dei consumi non hanno potuto essere messi in atto che a partire dalla fine degli anni settanta, che a partire dal momento in cui ciò che si è convenuto di chiamare la «crisi» ha interrotto la grande ondata di euforia e di prosperità del dopoguerra. La NSC, Nuova Società dei Consumi, comincia effettivamente a prendere piede all'alba degli anni ottanta. Essa è oggi in piena espansione. Quali sono le sue principali caratteristiche?

### **Il consumismo sofisticato**

La crisi, la minaccia all'occupazione e la precarietà del tenore di vita frenano le contestazioni contro il consumo e l'organizzazione della società. Si preferisce preservare ciò che, a conti fatti, è ben gradevole: il modo di vivere urbano e industrializzato. Nella nuova congiuntura economica, che vede cessare l'espansione lineare e introduce la disoccupazione come fatto sociale «normale», l'edonismo e il consumismo non retrocedono, ma progrediscono sotto una forma al tempo stesso più potente, più discreta e più sofisticata. *Sofisticazione*: parola chiave della NSC.

Il Central Economics Survey Institute di Londra giunge, in un rapporto di ottocento pagine destinato agli investitori stranieri e concernente lo stato della società britannica negli anni 1985-1990, agli stessi risultati dell'inchiesta condotta per conto della [Commissione europea](#) di Bruxelles su *La société européenne à la fin du siècle. Comportements sociaux et économiques*. Conclusioni simili anche nei numerosi studi realizzati con sondaggi comparativi per conto del [Centre de Communication Avancée](#) di Parigi e nelle conclusioni di un rapporto socioeconomico pubblicato dall'istituto [Marketing Office](#), la *Guida del consumo all'orizzonte del 1990*.

Il consumo ed il suo raffinarsi prenderanno una parte capitale, molto più importante rispetto ad oggi, nella vita sociale. «Cosa consumare?», questa sarà la preoccupazione centrale. Apparentemente sbarazzato di ogni frenesia, il consumo, «responsabilizzato» e gestito in modo più sofisticato, diventerà sol per questo ancora più radicalmente il perno della vita sociale. Le recenti campagne pubblicitarie sul tema del «consumatore intelligente» annunciano questa psicologia. Più che un «fatto», che aliena la personalità, ma le è ancora esterno, il consumismo sarà un sistema culturale *interiorizzato*, anche e soprattutto se la generalizzata frenesia di acquisti scomparisse dai comportamenti. Al consumo d'intasamento, che corrispondeva all'età giovanile e prospera della società consumista, sta per succedere l'età matura dell'*homo consumans*. Ma quest'ultimo, in apparenza responsabile, sarà molto più alienato del suo predecessore: alienato non tanto alle mercanzie stesse, quanto al consumo in sé come fatto di civilizzazione. E' interessante notare come questo fenomeno sia direttamente provocato dalla maturazione senescente delle ideologie che, un tempo, denunciavano la società dei consumi e che, ora, cominciano ad «omologarsi»: [vecchi ecologisti](#), rivoluzionari riconvertiti alla difesa del consumatore, vegetariani passati all'igienismo ed al «controllo delle scelte alimentari», eccetera. Il fatto di «scegliere ciò che si consuma» prenderà, nella scala dei valori, un'importanza crescente; le categorie culturali si determineranno sempre più spesso a partire dal «paniere» di prodotti che i loro appartenenti consumano e da cui sono orientati nelle loro scelte di vita. La California, dove la «spiritualità» pretende di fondarsi sul cibo e sulla «filosofia dell'abbigliamento», mostra già l'esempio di ciò che avverrà (3).

Le associazioni di consumatori, vere e proprie *corporations* che si aggiungeranno alle altre, da quelle

---

(2) [Alain de Benoist](#), *Le idee a posto*, Akropolis, Roma 1983 [[ed. originale](#)].

(3) Vedi Cornelius Aken, *The Californian Society*, Butchinson & Weggs, Londra, 1977.

dei genitori ai sindacati di disoccupati, saranno abilitate a concludere convenzioni con i distributori e si costituiranno in apparati che interverranno nella politica produttiva e nella vita pubblica. I centri commerciali sono chiamati a farsi carico di funzioni di animazione urbana e di spettacolo culturale sempre più importanti. Un negozio urbano del 1990 assomiglierà ad un *drugstore* con mini-nido d'infanzia, spazio show di presentazione dei prodotti, ufficio di assistenza sociale, centro di trasfusione sanguigna itinerante. *Tickets* d'acquisto potranno essere offerti al consumatore regolare di tale o tal centro commerciale (il negozio isolato è già oggi in declino), il che gli darà diritto a privilegi economici, al beneficio di un ventaglio di servizi extracommerciali e soprattutto ad un diritto di controllo sulla gestione del «suo» centro commerciale. Questa «democrazia del consumatore», che del resto è scritta negli indirizzi programmatici di un buon numero di governi e partiti europei, non costituisce un mezzo supplementare per spoliticizzare il cittadino e lasciar libero corso al cesarismo delle tecnocrazie centrali?

Si assisterà ad una *intellettualizzazione del consumo*: ogni settore produttivo di beni di consumo sarà riallacciato ad un concetto di vita dominante, per esempio l'alimentare, il tessile e il farmaceutico alla «nutrizione» e alla «salute», la manutenzione all'«efficienza», gli elettrodomestici all'organizzazione del «focolare domestico», i prodotti cosmetici all'«igiene» e all'«estetica», il *bricolage* al «risparmio» e alla «autenticità», le merci pratiche ed a buon mercato alla «democrazia», eccetera.

Il che condurrà l'offerta, così come le agenzie di pubblicità, ad intervenire sempre più nella filosofia sociale, ovvero direttamente nell'ideologia esplicita, per imporre i prodotti e i servizi <sup>(4)</sup>.

Per ciò che concerne le merci consumate, è atteso un balzo in avanti dell'elettronica domestica sotto le forme più diverse. Ben presto appariranno gli orologi-*computer*, i muri d'immagini che rimpiazzeranno il tubo catodico dei televisori, i telefoni portatili miniaturizzati, le macchine da scrivere a dettatura (la *dictaprint* è in prova in una ditta italiana), eccetera. Balzo anche dei prodotti alimentari e di tutto ciò che partecipa alla sofisticazione del *comfort* personale, come i *gadgets* elettrodomestici, la cura del corpo, eccetera. In rischio di declino, in compenso, i prodotti «pesanti» come l'automobile, la casa a credito, e così via. Il nuovo consumatore sarà un *nomade radicato*. «Nomade» perché non avrà che pochi punti di ancoraggio materiali (tipo casa, famiglia, debiti a lunga scadenza, risparmio, etc.), ma «radicato» per i suoi bisogni culturali di appartenenza, la sua sete di un immaginario «caldo», di un ambiente familiare e conviviale. Queste «radici» non hanno ovviamente niente di autentico. Non sono vissute interiormente come un'appartenenza spirituale profonda, ma adottate coscientemente come strategia di fuga e di autoprotezione. E' il segno del freddoloso bisogno di assicurazioni affettive.

L'individuo restringerà i suoi progetti, non risparmierà più, non investirà che nel quotidiano, volendo conservare a qualsiasi prezzo in tempo di crisi il suo tenore di vita, e, per far ciò, misurerà i suoi acquisti, razionalizzando progressivamente i suoi gusti e programmando i suoi bisogni come i suoi valori personali. Il nuovo consumatore non amerà le «sparate», gli sprechi ostentati, ma sarà al contrario riflessivo, tecnico, matematico, egotistico.

I temi del *diritto al consumo* si amplificheranno, forse persino nello stesso campo giuridico, in maniera considerevole. Consumare indipendentemente dal lavoro diventerà - ciò che oggi non è ancora affatto - un valore comunemente ammesso. Il rapporto guadagno-spesa sarà infranto. Questo congiungersi di un rinforzo dell'individualismo e dell'accesso del «consumo» allo *status* di *funzione sociale egemone*, ai posto della produzione, farà probabilmente scomparire ciò che resta dello *spirito di classe*: lo *spirito particolaristico di gruppo* lo rimpiazzerà. Già i sindacati diventano quasi dei centri di gestione clientelare; nel campo del consumo appariranno nuove forze di pressione dotate di mezzi giuridici importanti. La democrazia del consumatore, il diritto all'edonismo, ovvero all'equilibrio ed all'eguaglianza psicosessuale, come vide Béjin <sup>(5)</sup> fanno la loro entrata nell'arsenale dei fantasmi ideologici.

---

<sup>(4)</sup> Ralph Glasser, *I nuovi grandi sacerdoti*, Franco Angeli, Milano 1973.

<sup>(5)</sup> [André Béjin](#), *La démocratie sexuelle et le pouvoir des sexologues*, CIS, Parigi 1981.

L'edonismo tranquillo diventa un valore cardinale e sostituisce l'«ebrezza del consumatore»<sup>(6)</sup>. Questa espressione è stata creata da un redattore di *Lui*, rivista che esprime molto bene la mentalità della prima società dei consumi, alla scoperta neofita di un'abbondanza che si tingeva allora dei piccoli brividi di un erotismo che si voleva sorridente e *chic*. La pornografia specializzata ha rimpiazzato l'erotismo e *Lui*, come *Cosmopolitan*, sono stati in Francia detronizzati da *Actuel*, periodico mediocre ma molto simbolico dello spirito della NSC. Il «consumatore sfrenato» non vi è più di moda. L'edonismo prudente lo rimpiazza. *Actuel* ha lanciato una campagna molto significativa del nuovo costume: lo slogan centrale *Vers des jours meilleurs* corrisponde esattamente ad un riassunto della nuova mentalità della NSC.

Questa mentalità è quella di coloro che sono passati per l'anticonsumismo, per speranze rivoluzionarie o contestatrici e che, feriti dalle delusioni, ma nondimeno cicatrizzati, «mettono giudizio», si reintegrano, e tornano al consumismo con una mentalità del tutto differente, più profonda e disincantata, più assennata di quella dei «giovani quadri dinamici», dei cavalieri del tenore di vita degli anni sessanta e dell'inizio degli anni settanta<sup>(7)</sup>. Nel gergo oggi di moda, diremmo che un consumismo *cool* rimpiazza il suo predecessore *hard*, ma che in ogni caso il consumismo si trova perciò maturato, vaccinato da ogni autodenigrazione, rinforzato. La campagna *Vers des jours meilleurs* insisteva per esempio su temi come «noi vogliamo dei begli appartamenti», «noi vogliamo amici simpatici», «noi vogliamo delle serate riuscite», eccetera. Vuoto intellettuale, ma anche ricaduta nella piattezza borghese. Due mentalità si intrecciano qui: quella dei delusi dei grandi ideali e delle speranze rivoluzionarie e quella, alquanto banale e normale, dell'edonismo. La ricerca del piacere dal nostro punto di vista non è certo in sé condannabile; ma dal momento in cui ha bisogno di *esplicitarsi* ed assolutizzarsi diventa il segno di una patologia. Il piacere, la dolcezza del vivere diventano ossessioni, fantasmi.

La nuova società dei consumi si vuole più *dolce*. Essa ammortizza gli *shock* della produzione e del consumo di massa, dell'uniformizzazione culturale e della meccanizzazione dei rapporti sociali. Li rende sopportabili e indolori e, per ciò stesso, li garantisce da ogni spinta contraria.

La NSC non crede più alla modernità, al progresso, alla democrazia di massa. Si limita a viverli. Da lirica, l'ideologia del benessere è divenuta prosaica e pratica.

Rientrato a casa alle diciassette e trenta in punto in una piccola vettura diesel, il quadro medio della NSC si guarda una videocassetta porno, poi gioca ad una guerra stellare con i suoi due figli sul PC familiare - per quanto sostenga [Amnesty International](#). Il suo predecessore della prima società dei consumi tornava esausto, alle undici di sera, su di una rutilante "duemila" a credito, e passava i week-end a lavorare freneticamente al giardinetto della sua rovinosa seconda casa.

Ad onta della sua crescente sofisticazione tecnologica, la NSC lascia in bocca un gusto bizzarro di *povertà*, di penuria crescente. La «mancanza di credito»: *leitmotiv* centrale di una società paradossalmente ossessionata dall'inflazione, cioè dalla sovrabbondanza dei segni monetari. Pletora di danaro, ma al tempo stesso mancanza di danaro: strana contraddizione malsana. La parola «decadenza» assilla le coscienze. Vi è nella mentalità della NSC qualcosa in comune con lo spirito che doveva regnare a Parigi all'inizio dell'occupazione tedesca, quando il bel mondo tentava di tergiversare con la penuria crescente e di inventare un nuovo *chic*, una nuova abbondanza. L'epicureismo di massa si allea al disimpegno, alla smobilitazione delle coscienze. Così come si alleano il proseguimento dei comportamenti «permissivi» ed «amoralisti» apparsi negli anni sessanta e il soprassalto di moralità sessuale, familiare e di tranquillità domestica «*rétro*», soprattutto presso i giovani. Ma tutti si tollerano. Nessuno si sente implicato dai comportamenti altrui. Non vi sono più poste in gioco. Si tratta semplicemente, per ognuno, di trovare da solo la sua piccola via personale verso la felicità *cool*. Il

---

<sup>(6)</sup> L'espressione originale è «*la défoncée du consommateur*» (Nota del [Traduttore](#)).

<sup>(7)</sup> Una moltitudine di esempi potrebbe essere apportata. Ritorniamo più avanti su questo fenomeno.

corpo sociale non reagisce né con la violenza né con la ribellione alle disillusioni della prima società dei consumi, alla fine del sogno dell'arricchimento continuo, bensì al contrario con una strategia di mantenimento e di perfezionamento di quanto già acquistato.

L'ideale dell'*accumulazione* fa progressivamente posto a quello della *gestione ottimale* dei piaceri. Piuttosto che cercare di acquistare una seconda residenza, arredate il vostro appartamento. Ridipingiamo dunque gli edifici in stile *rétro*: ristrutturiamo, smettiamo di costruire. Preferiamo un'architettura assennata, un *habitat* restaurato, alle audacie moderne che non siamo stati capaci di assumere culturalmente. Il Concorde ci offre le sue ultime ore di volo prima di essere tolto dalle linee aeree e la tecnologia spaziale non serve più alla conquista delle stelle bensì alle telecomunicazioni, cioè alla fin fine al nostro rassicurante televisore domestico.

Nella nuova società dei consumi, la gente cerca di conservare il proprio tasso lordo di felicità, non più grazie alla crescita ed all'aumento dei redditi monetari, ma attraverso tutte le pratiche che circondano ciò che viene chiamata la ricerca della "qualità della vita". Ed eccolo qua il grande slogan che ha fatto vibrare tutta una società all'alba degli anni settanta! La nuova società dei consumi in fondo s'è data per missione di realizzare questo ideale povero. La «qualità della vita» assilla l'Occidente che invecchia, demograficamente sempre più deficitario. [Khomeini](#) e [Gheddafi](#) devono certo farsene delle belle risate. Ma questa ossessione non fa che tradurre il concludersi della vecchia aspirazione delle ideologie occidentali. [Marx](#) parla di continuo, sotto altri termini, di questa famosa qualità della vita. L'ironia della storia è che la NSC del vecchio occidente imbellettato si è assegnata il compito di realizzare questo ideale planetario iscritto nel [secondo tomo](#) del *Capitale*.

La «qualità della vita» prolunga, senza rinnegarlo, il quantitativismo monetario delle aspirazioni economiche della prima società dei consumi.

Essa sostituisce l'ossessione dello *standing*, del tenore di vita, del reddito più alto possibile. Si organizza attorno a rivendicazioni quali l'incremento del tempo libero, la qualità dell'ambiente urbano, i passatempi, l'efficienza e l'estensione dei servizi sociali. Per nulla anormali, questi desideri diventano, per inversione, patologici, perché costituiscono un ideale *unico*, monopolistico; e perché a dispetto dei simulacri di cui si colora, la qualità della vita copre un'aspirazione non ad una vita di migliore «qualità» <sup>(8)</sup>, ma ad un'esistenza sempre più presa maternamente a carico dallo Stato-provvidenza e sempre più alienata dall'*economismo*.

### **Camuffamento e rafforzamento dell'economismo**

In un rapporto di prospezione sociale pubblicato dall'istituto francese di proiezioni [INFORCO](#), possiamo leggere: "*Il Presidente eletto - immagine: "la forza tranquilla" con un villaggio sullo sfondo - ha trionfato su un candidato che prometteva con la sua propaganda agli elettori di portarli a battersi sul fronte di operazioni mondiali (...). Così, i socialisti hanno vinto eccitando il vero immaginario dei loro elettori, ed oggi, la necessità obbliga, non parlano che di economia. Perderanno dunque il potere a meno di riuscire a prolungare il sogno suscitato. Ma i loro successori eventuali non potranno fare una politica di restaurazione che al prezzo di cadere a loro volta*". Il fatto è che, prosegue il rapporto, "*la Francia è entrata nella 'civiltà socialista' (...). E' un fatto irreversibile sul piano 'sociologico'. Coloro che ci dirigono, di destra o di sinistra, dovranno sottomettercisi (...)*

---

<sup>(8)</sup> È significativo che la "qualità della vita", nella sua accezione contemporanea, designi le caratteristiche di un'esistenza ipergarantita, preservata, equilibrata e soprattutto assicurata di durare e di sfuggire alla *morte* respingendo il suo spettro il più lontano possibile. Da un punto di vista psicologico, questa "qualità della vita" riflette uno psichismo "addomesticato", e patologico. Per una psicologia normale una vita *qualitativamente* superiore sembra invece essere marcata dall'*intensità*, il dono di sé, l'abnegazione, il piacere, etc., per farla breve dalla presenza soggiacente della morte che viene a dare un senso ad ogni cosa. Su questo punto, cfr. [Alain de Benoist](#) e [Pierre Vial](#), *La mort, Le Labyrinthe*, Parigi, 1983.

*independente dai poteri politici. E' una novità, ed è anche una trappola per gli uomini politici (...). Ciò che non era che una mutazione lenta sta diventando una rivoluzione precipitosa* “.

Questa nuova società dei consumi, «socialista», che tende a dominare al di là delle varie etichette di partiti e governi tutta l'Europa occidentale, vedrà il politico e l'economico dominati *in apparenza* dal sociale. Il primato del «qualitativo», la domanda culturale, l'adeguamento crescente dell'offerta industriale e commerciale alle mentalità, possono dare l'impressione di una messa in ombra del politico e dell'economico. In realtà l'economico non passa in secondo piano che per meglio riapparire: là dove, nella società dei consumi, dominava e orientava il culturale, va oggi a confondersi con esso, dando l'impressione di *sottomettervisi*. In effetti, se è vero che, da quanto sembra disegnarci, le preoccupazioni qualitative (il «vivere meglio») avranno il sopravvento sulle esigenze di riuscita economica (propria, della propria impresa, del proprio paese, etc.), sembra nondimeno che gli stili di vita, i gusti, le affinità, le personalità, saranno modellati e definiti sempre più dalla *tipologia di consumo* di ognuno. I prodotti, beni e servizi, decideranno dello stato psicologico e della «casella» di appartenenza sociomentale delle popolazioni.

Le speranze di sfuggire alla presa dell'economia, e di restaurare così il politico al posto che gli compete, vengono riposte tutte nel fatto che la nuova società dei consumi darà più spazio al *sociale*. In realtà, questo «sociale» potrebbe non significare nient'altro che un rinforzo ed un camuffamento della presa dell'economia, una mera sofisticazione dell'economismo della prima società dei consumi. In apparenza, il «sociologico» avrà la meglio sull'economico perché quest'ultimo sarà meno presente nei discorsi e nelle rivendicazioni. perché gli stili di consumo concerneranno meno le classi sociali e i livelli finanziari che i segmenti socioculturali. Ma in realtà l'economismo si accontenterà di prendere un nuovo volto: quello del «socialismo sociologico» che non è più un socialismo politico o di classe, ma un socialconservatorismo, un bisogno di madrinaggio da parte dello Stato-providenza.

La NSC sarà, si dice, meno dominata dal danaro, perché nuovi corpi intermedi si stanno creando, perché la società, reagendo contro la massificazione tecno-economica della prima modernità industriale, secerne anticorpi quali un rifiorire della vita associativa, il ritorno dei folklori, dei regionalismi, delle radici, della qualità della vita, dei gruppi di pressione per la difesa della libertà, eccetera. Ma questi corpi intermedi, come le dottrine che li guidano, sono tutti organizzati intorno a *concetti socioeconomici*, sono tutti animati dall'ideologia individualista del benessere del singolo (il cui punto ultimo è la concezione economica del mondo). Anche il regionalismo contemporaneo è spesso falsamente etno-nazionale: è infatti per lo più centrato attorno a rivendicazioni autonomistiche, pseudotradizionali e societarie, senza essere *politico* nel senso pieno del termine. Il sistema che talvolta si pretende di combattere, ne esce rinvigorito. La «qualità della vita», affinando l'individualismo atomizzante, l'egualitarismo e l'ideologia del benessere, non sviluppa una mentalità veramente opposta al «quantitativismo» della prima società dei consumi, ma spinge ancora più lontano i suoi ideali.

Le nuove tendenze accettano l'economismo. Il "sociologico", ne è la maschera.

Si *consuma* cultura, qualità della vita; consumiamo, come merci, e per le stesse motivazioni (l'individualismo), calore umano, vita associativa e comunitaria, radicamento culturale, ritorno alle origini; consumiamo anticonsumismo, consumiamo corpi intermedi e socialità per vaccinarci contro il consumismo stesso nella sua forma brutale e primaria. Appaiono interi settori economici che sono deputati a produrre socialità e tempo libero – *anti-produzione*, in una parola.

È dunque un'illusione ottica che l'ideologia occidentale economicista, individualista ed egualitaria sia battuta in breccia dall'apparizione di una nuova società più «sociale», più interessata alle dimensioni comunitarie ed ai corpi intermedi, più strutturata, più interessata ai «problemi della gente» ed al fatto culturale. *Il capitalismo di crisi prende sì in conto il "culturale", ma solo per controllarlo meglio*. La cultura è «prodotta» e «consumata»; da energia vivente e vissuta dal popolo e dalla società civile, è diventata spettacolo, ovvero mercanzia (eminentemente rispettata) fabbricata da reti produttive mondiali. Essa entra di conseguenza radicalmente nella sfera dell'economia; neutralizzata, cessando di essere una posta politica o pratica, la funzione culturale non nuoce più al sistema: piuttosto che

contrapporvisi, il consumismo le si è intrecciato strumentalizzandola.

[Werner Sombart](#) aveva ragione: già dal 1905 prediceva che il carro della civilizzazione liberale industrializzata, fondata su di un'economia di accumulazione, di prestazione, di lavoro austero, di aspra concorrenza, avrebbe dato luogo al meschino «spirito del benessere», che il capitano d'industria sarebbe divenuto un borghese assistito, paradosso ugualmente rilevato da [Daniel Bell](#) <sup>(9)</sup>. L'ideale «socioculturale» della NSC, col suo miscuglio di socialismo (livellamento ed assistenzialismo) e di ideali capitalistici (consumismo felice), è il logico compimento di ciò che era al tempo stesso presente nel socialismo e nel capitalismo liberale: il dogma della *prevalenza del benessere individuale su tutte le altre aspirazioni*.

Il declino economico insieme ad un abbassamento generale, per il momento non ancora misurabile, del tenore di vita, si accompagneranno al microperfezionamento tecnologico e ad una continuazione della sofisticazione tecnica crescente degli ambienti di vita. Se una nuova era di penuria - quella del *dopocrisi* - si annuncia prospettiva certo poco lieta, la caduta del tenore di vita e l'arresto dell'aumento di redditi finora ininterrotto da cento anni a questa parte, non significheranno per niente l'indebolimento dell'«economia mondiale» che unifica il pianeta: infatti, sul piano internazionale, la «civilizzazione dell'economia» non è stata per niente toccata dalla nuova società dei consumi.

Nel modello socio-economico a venire, sembra che il mercato non sarà tollerato altro che a livello *internazionale e minieconomico*. Lo Stato socialdemocratico gioca il gioco del capitalismo totale al livello supernazionale, e niente distingue di conseguenza una multinazionale privata da una società nazionalizzata; all'interno del paese, ha la tendenza invece a sovietizzare e burocratizzare l'economia nelle sue strutture fondamentali. In compenso, il microcommercio, le imprese minuscole, soprattutto del terziario, fioriscono liberamente.

Uno strano modello viene perciò a disegnarsi: il mercato e la dinamica capitalistica finiscono per continuare a dominare le grandi società, le grandi banche, mentre l'economia è sempre più burocratizzata. Burocratismo socialista e liberalcapitalismo celebrano le loro nozze sotto il vessillo del mondialismo...

La nuova società dei consumi non è una cosmesi della vecchia, né il suo, ritorno. Essa costituisce, grazie alla creazione «perversa» di nuovi corpi intermedi, l'*esplosione* della società dei consumi, cioè il suo passaggio a livello planetario. Nel momento stesso in cui di fatto si mondializza, la società dei consumi, per un fenomeno di compensazione, sviluppa «anticorpi psicologici»: fenomeni sociologici di differenziazione e di falsi organicismi. Quando era al suo primo stadio, il suo stadio nazionale (e «infantile»), essa appariva brutalmente uniformizzante, massificante, standardizzante. La NSC utilizza le differenze, e per ciò stesso le stimola e le neutralizza. Queste «neodifferenze», eterogeneità simulate, sono d'ordine *orizzontale*, e non più verticale (etnonazionale). Per esempio: le nuove tribù mondiali dei *punks*, dei *gays*, dei maniaci della natura (nelle versioni del naturismo, dell'ecologia, della macrobiotica, del ritorno alla terra) della *jet society*, del «risveglio religioso», delle «donne liberate», eccetera. Ogni tribù è soprannazionale, di modo che il carattere uniforme e planetario della società occidentale si ritrova definitivamente garantito; le rivolte contro questa macro-omogeneità sono neutralizzate perché l'illusione della differenziazione esiste. In qual misura ad esempio i movimenti «alternativi» tedeschi non rinforzano almeno in parte, obbiettivamente, l'*establishment* borghese di una Germania Ovest americanizzata? La nuova società dei consumi rassomiglia ad un grosso mobile in cui ogni cassetto è dipinto e decorato con colori e motivi diversi. I cassetti sono felici: si credono autonomi ed unici; dimenticano il mobile, ma è quest'ultimo che conta.

Anche se ogni casella, ogni cassetto si «radica» nella sua piccola tribù nel suo segmento specifico, lo sviluppo della macromacchina generale non ne è disturbata, anzi. Il sistema cresce tanto meglio quanto più i sottosistemi si polarizzano su se stessi, senza contestare la gestione dell'insieme. Certo, tutto ciò comincia ed interagisce ...

---

<sup>(9)</sup> [Daniel Bell](#), [The Cultural Contradictions of Capitalism](#), HarperCollins, ult. ed. 1996.

La NSC sarà sempre più marcata dall'informatica: ma non importa quale tipo di informatica, perché si tratta della «perimatica», cioè delle reti diffuse di computer sparpagliati. Nuove protesi, nuova carta, i microprocessori governano la NSC, dai videogames alle prenotazioni dei treni ed entrano, dalla gestione delle imprese, nella vita quotidiana. L'informatica quotidiana, per il modo in cui viene concepita ed usata, segmentando ancora un po' di più il mondo sociale, accentua l'aspetto *reticolare* della nostra società, società senza luoghi ma punteggiata di punti di passaggio e di flussi di transito, accentuando di per ciò stesso gli effetti di uniformizzazione di massa mentre sembra combatterli.

Il pianeta diventa veramente il *villaggio globale* di cui parlava [Marshall Mac Luhan](#). Sotto la traina universale delle settoriali, tutte ed ovunque simili nelle loro tecnologie, nelle loro istruzioni per l'uso e nei loro codici di commercializzazione, «rivivono» le differenze (culturali, etniche, religiose, nazionali, tribali, etc.) mentre la prima società dei consumi sembrava schiacciarle.

Ma di fatto, così neutralizzate, le specificità sfumano definitivamente, *finite* da questa tolleranza, e non rinascono se non come simulacri, sterilizzati ed incarcerati sotto la nebbia e l'indistinto universale del sistema. E quest'ultimo, lusso supremo, sarà *tribale*.

### **Il ritorno delle tribù**

Fine dei grandi *standards*. Ri ecco le tribù, i «segmenti». Gli omosessuali, la terza età, i notturni, i *punks*, i liceali, gli inseriti, i creativi, i randagi, i *preppies*, gli *yuppies*, i "tossici", i manager, gli alternativi, gli intellettuali: tutto si interseca, le appartenenze sono mobili. Le «classi» sociali marxiste sfumano. Le grandi categorie «socioprofessionali» degli anni sessanta, pure; gli indirizzari si specializzano, i comportamenti si diversificano. In apparenza, la società neotribale, ai cui primi balbettii assistiamo oggi, reintroduce appartenenze fondate su tutt'altro che l'economico e il monetario. Ma, fatta eccezione per gli immigrati e le loro comunità, il neotribalismo, sotto ad apparenti razionalizzazioni «culturali», si organizza in funzione di scelte ed affinità strettamente socioeconomiche. Sono i costumi e non le appartenenze che costituiscono il cemento dei nuovi corpi intermedi. Sono gli ideali domestici a proposito di benessere ad essere all'origine dei gruppi neotribali. Le nuove tribù vengono a costituirsi per sfuggire all'omogeneizzazione della modernità industriale, per sfuggire il suo individualismo di massa e apportare una controstrategia di vita alla standardizzazione della società mercantile.

Ma, come i movimenti «alternativi» - postgoscisti - apparsi alla fine degli anni settanta in reazione al modello tecnico-industriale planetario della società occidentale, hanno alla fin fine riprodotto aggravandola la sua ideologia (universalismo, individualismo, umanitarismo), così le «tribù» rischiano di rinforzare in realtà l'omogeneizzazione e l'uniformità di massa della società dei consumi, che esse in un certo senso avrebbero dovuto combattere.

In effetti, la società neotribale in via di apparizione reintroduce a prima vista questa *differenza* tanto ricercata. Essa sostituisce, si crede, il «comunitario» al «tecoeconomico», marcando persino un ritorno alla società organica. Sembra spezzare la standardizzazione dei consumi a profitto dei segmenti di mercato nei quali ciascuno svilupperebbe un modo di vivere più originale ed autentico, e meno alienante (più scelta, meno imposizione e manipolazione).

Essa rimpiazza, in apparenza, motivazioni produttiviste, meccaniche, monetarie, con aspirazioni più intrise di vitalismo, quali la qualità della vita, il benessere, la realizzazione di sé, eccetera. In realtà, questo nuovo modello di consumo, questa nuova definizione del paesaggio sociologico rischia fortemente di non essere altro che una metamorfosi simulata.

Le «tribù» sono fondate su appartenenze false che non essendo né culturali, né politiche, né etnonazionali, ma strettamente socioeconomiche, non spezzano l'omogeneizzazione ma l'affinano, la mascherano (e perciò la rinforzano) sotto l'apparenza di una segmentazione e di un'eterogeneità, accentuano moltiplicandole le standardizzazioni.

Questo genere di autorinforzo di una forma sociale (e politica) tramite il suo contrario, è frequente nella storia, compresa quella più recente. Esempi: il movimento operaio internazionale e il socialismo hanno

permesso al capitalismo di raggiungere il suo «primo stadio industriale», i movimenti contestatari della gioventù degli anni sessanta e settanta hanno svolto obiettivamente il ruolo di occidentalizzare le classi d'età nate nel dopoguerra e di creare la prima classe mondiale di consumatori, eccetera. Oggi, la società neotribale, prodottasi in apparenza per reazione alla massificazione sociale, permette a quest'ultima di progredire in modo dissimulato e di neutralizzare, assorbendole, le ideologie della differenza. I corpi intermedi, quando non sono prodotti dal «basso», dalle tradizioni, dalle fasi di maturazione storica di una società, ma costituiti dall'«alto», dal sistema stesso, hanno spesso come risultato di rafforzare l'omogeneità e l'uniformità propria mentre sembrano creare eterogeneità: così il decentramento e la moltiplicazione degli organi intermedi della struttura statale, mentre conducono ad una perdita di centro e incrinano la sovranità dello Stato, accentuano di fatto il peso e l'invadenza dello statalismo nel sociale - punto questo su cui avremo occasione di ritornare.

Parimenti, l'apparente pluralizzazione delle «comunicazioni» di ogni genere (telematiche, via satellite, via telefono, telex, eccetera) e l'esplosione dell'audiovisivo così come la moltiplicazione quantitativa delle reti che lo producono e lo diffondono, introducono una eterogeneità di superficie pur permettendo di perseguire in realtà con maggior efficacia l'uniformizzazione della comunicazione sociale. La moltiplicazione dei *media*, la loro segmentazione e specializzazione, oppure il relativo declino dei grandi media polivalenti (il grande quotidiano nazionale, le catene televisive di Stato), non indeboliscono l'effetto di martellamento dei media stessi sull'opinione pubblica, ma lo rafforzano specializzandolo, affinandolo. Proprio nel momento in cui crede di avere una «scelta» maggiore di prima, il consumatore di messaggi mediatizzati si ritrova al contrario ancora più abbruttita e *brain-washed* [col cervello lavato].

Inoltre, la specializzazione dei *media* porta con sé una specializzazione dei messaggi. Nella NSC i pubblici sono settorializzati, «ramificati» a seconda dei loro interessi o specializzazioni *hobbies*. Da qui un'ignoranza di massa e una spoliticizzazione accresciute, da qui il montare di una nuova «incultura sapiente», tanto profittevole ad un sistema che divide, specializza e segmenta per regnare.

Sorriso sulle labbra, i giovani zerbinotti della «comunicazione», adoratori della tastiera, del cavo, del video e del «dialogo col *computer*», non vedono la povertà dei messaggi, sempre più problematici, e la loro insignificanza crescente nascosta dalla loro stessa sovrabbondanza. Non vedono ugualmente l'insipidimento degli spiriti, la fine della creatività mentale sotto la normalizzazione del pensiero mediatizzato ed informatizzato. I tessuti audiovisivi ed informatica della NSC fanno sì che, per usare le categorie di [Cartesio](#), *l'esprit géométrique* sia colpito da elefantiasi e *l'esprit de finesse* da atrofia. Non si tratta affatto, dal nostro punto di vista, di criticare la tecnologia della comunicazione e dell'informazione in quanto tale. È la sua *utilizzazione sociale* che è in causa. La nuova società dei consumi, senza ideale politico o storico, idolatra l'intendenza, i suoi strumenti tecnici. Secondo la celebre formula di [Mac Luhan](#), i *media in sé* diventano i messaggi in senso collettivo, per tutta una civilizzazione. Si creano reti televisive *per crearne*, anche se non si ha niente da dire. Come il resto, la comunicazione si tribalizza all'infinito. Sempre più canali e vene, sempre meno sangue.

In tutt'altro campo, quello della coesistenza di gruppi etnici diversi in seno alla NSC, si ritrova lo stesso processo neotribale: la costruzione di una *segmentazione* sociale, con, a monte, una *massificazione* accresciuta e, a valle, un'*individualizzazione*, ed un isolamento atomistico più accentuati di prima. I *media* si addizionano gli uni agli altri e lo spirito pubblico si uniformizza; le tribù e i gruppi etnici si moltiplicano ed i grandi schemi comportamentali della società mercantile si rafforzano. L'esplosione delle reti e dei canali di comunicazione, d'altra parte, isola l'individuo di fronte al suo personale spettacolo; l'eterogeneizzazione delle tribù e dei gruppi etnici crea effetti di ghettizzazione: sempre fronte a fronte, l'illusione di un'autonomia riconquistata colta contro la realtà di una dipendenza e di una accresciuta estremità dei singoli rispetto alla struttura.

La società multirazziale, se niente viene ad interrompere il suo emergere, il che resta sempre possibile, formerà il tessuto di fondo della NSC.

Essa corrisponde perfettamente al nuovo spirito dei costumi: *la differenza nell'idefferenziato*. Come la

società si segmenta in tribù che sono altrettanto *false* comunità, come le merci si suddividono e si diversificano in categorie che spezzano solo in apparenza la standardizzazione, così la società si persuade di diventare eterogenea, anti-uniforme, organica e diversificata per il semplice fatto di accogliere innumerevoli minoranze etniche in un minestrone multicolore. Ma questa multirazzialità costituisce invece proprio l'*affogamento* delle "specialità" etniche. La differenza non è considerata come significativa che sotto un angolo strettamente *individuale*: "Costui è nero, o giallo, o bruno, non vogliamo sapere perché, non vediamo in un fenomeno individuale che non ha significato od origine degni di essere spiegati".

La differenza etnica, nel quadro del mosaico multirazziale, svalorza le etnie per farne semplici *colori* ("gente di colore": incredibile espressione paradossalmente reputata... antirazzista). Se un tale è negro o arabo, non è in ragione ed una sua appartenenza ad una razza o ad un popolo (giacché, come per compensazione e rimozione, si dice che "le razze non esistono", al momento stesso in cui il fatto razziale esplode tutti i giorni sotto i nostri occhi), non si tratta che di una semplice curiosità individuale, come il fatto di essere omosessuale o nato sotto il segno della Bilancia. Qui, una volta di più, una eterogeneizzazione del corpo sociale camuffa di fatto una massificazione ed una atomizzazione estremizzate.

### La "nuvola dei valori"

La nuova società dei consumi segna il passaggio dal "Mondo II" al "Mondo III", secondo i termini di Van Lier. Egli nota: "Nel "Mondo II" i prodotti sono tutti costituiti da elementi che rinviano ciascuno direttamente ad un tutto di cui sono parti integranti, il che ha per effetto che il prodotto finito si staglia imperiosamente come forma su sottofondo (...). Nel "Mondo III", i prodotti sono invece costituiti da elementi originariamente separati, ovvero eterogenei, che si unificano funzionando transitoriamente e localmente, il che ha per effetto che i processi prevalgono sugli oggetti. La civilizzazione industriale avanzata lavora su elementi funzionali. La tecnica non è più "mezzo" ma "ambiente" come l'ambiente naturale - attorno ad un uomo "relais", che innesca i processi e ne viene a sua volta innescato (...). Il "Mondo III" cessa di credere che l'universo sia distribuito in generi e categorie: ogni sistema di significati vi diventa un partito, non gratuito ma momentaneo ed arbitrario (...). E di colpo la verità non rappresenta più l'adeguamento del significato e del reale. Il reale diventa modestamente "il referente" »<sup>(10)</sup>.

Nel «Mondo III» l'essenziale non è più l'appartenenza ad una tribù, ma il fatto tribale in se stesso (si può sempre cambiare di tribù, non si hanno vere radici). La differenza è un segno tra gli altri, artificialmente ed arbitrariamente ricreato in un mondo tecnico dato come omogeneo. Tutti gli uomini sono simili, come dei cloni: voi scegliete la vostra casella colorata, la vostra tribù, la vostra piccola differenza, perché bisogna pur farlo. Se lo desiderate, diventate Brettoni e *fans* del celtismo, anche se siete giamaicani. La vostra «origine» non ha importanza, perché non esiste. La differenza - e il «diritto» che l'accompagna - sono rigettati razionalmente in funzione di scelte sì individuali, ma originate da una società e da un'ideologia egualitarie ed universalistiche. Nella prima società dei consumi, la differenza, minacciata di annientamento, trovava perlomeno nella reazione naturale una possibilità di sopravvivenza.

La nuova forma di differenziazione cui dà luogo la NSC riflette invece la generalizzazione, nella vita quotidiana coree negli stili di esistenza e di consumo, delle *unità di individualismo*. Queste ultime costituiranno dei segmenti di società viventi su se stessi, giustapposti, impermeabili, sviluppati ciascuno il proprio stile, i propri valori, il proprio tipo di consumi: coppie urbane senza figli a medio reddito, età matura, terza e poi «quarta» età, neorurali urbanizzati, liceali, eccetera. L'età, lo stato civile, l'ambiente sociale si intersecheranno per formare categorie non comunicanti, dai bisogni e dai valori esattamente definibili dal punto di vista tecnico in termini di *marketing*. Il consumo di massa

---

<sup>(10)</sup> Henri Van Lier, *Opérateurs* 1977, Bruxelles 1977.

quale noi lo conosciamo, cioè con *standards* generali di prodotti, scomparirà sempre più. Le merci e i servizi si adatteranno ad ogni segmento di un pubblico sempre più frastagliato. Ogni «unità di individualismo» *si crederà* padrona delle sue soggettive scelte di vita, e *si immaginerà* di sfuggire alla massificazione economica a profitto di bisogni «culturali» o «psicologici»; di fatto questi bisogni saranno scientificamente condizionati da un'offerta e da una distribuzione iperarticolate. Nessuno sconvolgimento, dunque: economia, tecnicismo e individualismo rafforzeranno la loro egemonia, legittimati dalla retorica sulla «qualità della vita» e mimetizzati dietro un'eterogeneità culturale artificiosa. Dopo aver unificato i valori e i comportamenti, la società dei consumi si applica a disperderli di nuovo, a polverizzarli in una nuvola di stili e costumi economicamente e commercialmente razionalizzata. Quali possono essere le conseguenze sociali e culturali di questa polverizzazione degli stili e dei valori?

Fino ad un'epoca recente, la società si diversificava in ceti e categorie socioprofessionali, ciascuna provvista, approssimativamente, dei suoi valori, delle sue tradizioni ideologiche e del suo stile di vita. La grande concezione del mondo egualitaria «federava», naturalmente, questo insieme. La scomparsa dell'aspetto «spirituale» dei valori non impediva al loro lato «materiale» - cioè alla società industriale ed al progressismo economico - di garantirsi un consenso di massa. La stratificazione sociale e l'adesione generale ad un modello di progressione democratica, meritocratica o causale dal basso all'alto della piramide, garantivano il paradosso di una società culturalmente omogenea ed economicamente differenziata. I fattori di eterogeneità e di differenziazione si situavano infatti sulla stessa scala, si imponevano in base allo stesso modello e metro di misura - quello di un consumo tipo - e restavano perciò largamente quantitativi. Fin verso la fine degli anni sessanta, le società occidentali apparivano al tempo stesso *omogenee* e *stratificate* sul duplice piano della cultura quotidiana e dello stile di vita.

Le cose cambiano a partire dall'inizio degli anni settanta. La causa di questo cambiamento è strettamente connessa all'importanza crescente della «sfera privata». Il ripiegò verso stili di vita marginali e preoccupazioni intimiste, tende a polverizzare i valori sociali. Le differenze non sono più soltanto salti di livello sulla stessa scala di valore economico e sociale, ma divengono veri e propri compartimenti stagni. Le persone non vivono più sullo stesso pianeta. La società assomiglia sempre più ad una giustapposizione «non-federata» di piccole sfere tutte decentrate - senza che il centro, in fondo, esista più da nessuna parte. Ciascuno possiede sempre più il suo piccolo mondo, col suo proprio stile di abbigliamento, di linguaggio, di gusti artistici e di costume: feudalesimo culturale.

Microculture appaiono e scompaiono, originali certo, ma effimere, come sullo spettro turbinante di un caleidoscopio. Le mode marginali si succedono senza tregua. Tutto, nella cultura quotidiana e nelle scale di valori, separa gli «ambienti» l'uno dall'altro. L'eterogeneità degli stili di vita è ancora più grande che nelle società rurali tradizionali, che pure erano frammentate dalla geografia, ma che restavano unificate da potenti sistemi di valori. Tra il farmacista di una cittadina di provincia e suo figlio, disceso in città per penetrare in un mondo semisalariato e semistudentesco, può scavarsi una differenza tanto profonda quanto quella tra due civiltà diverse. E dal momento che nessun centro d'interesse comune per problemi generali e collettivi - la politica, per esempio - viene più a frenare questa eterogeneizzazione, essa esplode in tutte le direzioni.

Il francese o il tedesco «medio» spariscono. Le classi e le categorie socio-professionali, pure. La sociologia trova sempre più difficoltà a fotografare il paesaggio dei modi di vivere e dei sistemi di valori quotidiani. Questi si disperdono e si privatizzano, si sminuzzano e si polverizzano in poli più o meno marginali di stili e di idee, in «nuvole di valori».

A questa *esplosione* dei centri di valore, concomitante al montare della sindrome della marginalizzazione di cui parleremo più avanti, corrisponde l'*implosione del senso* di cui parla [Baudrillard](#). In effetti, una certa rinascita degli «stili di vita propri», delle «radici», dei «valori tradizionali» che si presenta come una reazione all'anorganicità della società consumista, non deve essere presa per una reviviscenza di un modello sociale più «caldo». Un insieme umano non diventa -

o non ridiventa - organico e vivente *che a condizione che i valori siano «federati» da un senso globale comune, di natura politica e storica*. Non basta che «ci siano» dei valori perché la società intera ritrovi una valorizzazione ed un significato.

Ma come conciliare questa dispersione con l'omogeneizzazione culturale crescente della civilizzazione occidentale? Bisogna riconoscere che, più che nelle società tradizionali o nelle società della prima rivoluzione industriale, le popolazioni subiscono oggi una inarrestabile unificazione: cultura americanomorfa di massa, lavoro salariato, urbanizzazione, costruzione di un ambiente tecnoeconomico unico ne rappresentano i fattori ben conosciuti. Questa omogeneità è una riduzione quantitativa strutturale ad un ambiente medio comune, essa costituisce l'essenza della nostra società - ridotta a puro «ambiente» meccanico. E' tale essenza che rimpiazza le vecchie formule di legittimazione ideologica. Ma questa omogeneizzazione ambientale e quantitativa necessita per realizzarsi appieno del suo apparente contrario: l'eterogeneizzazione culturale.

Per resistere alla crescente uniformità, il corpo sociale esplose in modelli individuali e microculturali frammentari, il che costituisce in senso proprio la morte stessa della cultura, nella misura in cui la cultura è un fatto sociale, «federato», unificante. Per compensare la morte delle culture popolari ed organiche, rimpiazzate da una pseudocultura di massa, la società civile «suicida» ciò che resta delle conquiste culturali comuni, e si rifugia nelle «culture» dell'automarginalizzazione di gruppo, compartimentate e semistagne, in una miriade di miniculture letargiche e astoriche.

L'identificazione con un modello unitario - quello della televisione, del cinema e della pubblicità degli anni cinquanta e sessanta - ha fatto cilecca.

Il consumismo di massa non ha unificato o diffuso la «cultura» ma ha creato una cultura di massa *sotto la quale* risorgono, a partire dalla metà degli anni settanta, nuove «microculture». Non ci troviamo dunque soltanto in presenza di un modello culturale occidentale di massa omogeneo, ma di due livelli: da una parte un modo di vivere univoco, quello del Sistema occidentale, che tocca gli aspetti meccanici, economici, ambientali dell'esistenza; e dall'altra un ricrearsi a livello microsociale di scale di valori che deviano in vario modo dalle loro matrici. Apparentemente in contraddizione, i due strati culturali - modello generale di massa e molteplicità di stili limitati - coesistono di fatto in un parallelismo neutro.

Il modello generale rassomiglia quindi sempre meno ad un referente culturale. Siamo probabilmente per assistere, nei prossimi decenni, ad una dissoluzione dei grandi modelli culturali. I valori nazionali, o anche «regionali» in senso etnico e politico, non hanno necessariamente un gran bell'avvenire, non più del resto, di quanto ne avranno i fenomeni di identificazione generale con personaggi o con mode di presa globale. La società occidentale si imporrà sempre più tramite un «*minimum* economico-ambientale» tanto più incontestabile; in quanto lascia vivere un polverone di micromode e di valori privati.

La situazione rischia così di apparire esattamente l'inverso di ciò che conoscevamo in un passato ancora recente: le condizioni di vita, di *habitat*, di consumo, di reddito, di lavoro erano nettamente divise, differenziate, eterogenee. Ma grandi centri di valori federavano l'insieme, cementando in tal modo una sorta di consenso generale: la famiglia, la carriera, la democrazia, la legge, eccetera. Ciascuno applicava, viveva, traduceva differentemente valori che in sostanza erano comuni.

Oggi comincia invece a far capolino una situazione inversa: i modi di vivere si riavvicinano, le forbici socioeconomiche si stringono, i sistemi di spostamento, comunicazione, lavoro, *habitat*, etc, si uniformano sul modello urbano occidentale. Ma i grandi valori comuni si raggruppano e si dissolvono. Una «nuvola di valori» oscura l'orizzonte. Siamo passando da un modello *sociologicamente eterogeneo e culturalmente federato* ad un tipo di civilizzazione *sociologicamente omogenea e culturalmente polverizzata*.

## **Omologati e marginali: il nuovo conservatorismo**

Grande fatto sociologico previsto da tutte le inchieste: *il declino radicale della politica* - nel senso corrente del termine. Vedremo sfaldarsi la partecipazione alle manifestazioni e alle consultazioni politiche: elezioni, militanza, interesse per i personaggi politici, adesione ai partiti. Nella stampa, il posto accordato alle lotte ed agli avvenimenti politici rischia di decrescere severamente. Il tipo di regime politico conterà sempre meno; le società occidentali evolvono comunque verso «demotecnocrazie» gestionali e conservatrici, al cui interno apparati ristretti e settoriali si limiteranno a pilotare gli «affari», tra l'indifferenza dei cittadini.

Questi ultimi adotteranno in guisa di valori dominanti il ripiego su se stessi, la stanchezza per l'«internazionale» e le sue turbolenze (guerre) o le sue esigenze (conquiste di mercati) - stanchezza contrastante certo con la presa crescente del multinazionale sul nazionale - la richiesta di un'esistenza tranquilla e solida, il bisogno di un egualitarismo crescente, la rivendicazione simultanea, e difficilmente realizzabile, di un sovrappiù di individualismo e di una vita «conviviale», socializzata, comunitaria. Queste modificazioni delle mentalità saranno *molto rapide*: le nuove generazioni «postmoderne» (nate dopo il 1960) hanno già una concezione della vita ed un bagaglio culturale in rottura completa con la generazione precedente - quella per intenderci del maggio 1968 - nata nell'immediato dopoguerra.

Queste nuove generazioni sono divise dai sociologi contemporanei in due gruppi principali che gli studiosi del *Centre de Communication Avancée* parigino hanno battezzato con i nomi, abbastanza felici, di «omologati» e «marginali» <sup>(11)</sup>.

Nella mentalità omologata, l'avvenire auspicato è quello di un mondo in cui la «pace» deve essere conservata ad ogni prezzo: i valori sociali considerati prioritari sono la sicurezza, la tranquillità, la *privacy*, la riduzione dell'orario di lavoro. Tranquillità domestica, questa è la scelta centrale di vita.

Le questioni collettive e i problemi sociali interessano, ma il quadro su cui si focalizzano gli spiriti non attiene al «popolo», alla «nazione», alla «patria» o alla «classe operaia»; ci si occupa molto più facilmente delle microcomunità, delle realtà del quartiere, dei problemi ecologici immediati, dei servizi sociali che toccano direttamente l'interessato, eccetera. La «società a misura d'uomo» forma tutto l'orizzonte sociale. Questa visione di equilibrio e di tranquillità che non rigetta l'economia industriale ma la limita, espelle evidentemente ogni valore di potenza. Essa è apparentemente «progressista» per il fatto di auspicare in ogni campo dei «miglioramenti», delle «lotte», un «progresso» un «più-di-giustizia»; ma questo progressismo può essere qualificato come minimale o subordinato, nella misura in cui, a differenza da quello della vecchia sinistra, si circoscrive all'interno del fine ultimo di una società iperstabilizzata, equilibrata, sorridente, armoniosa, molto vicina nella sua immagine a quella proposta dalla propaganda pétainista e franchista - o a quella esaltata da certe serie televisive americane degli anni sessanta - famiglie ideali in rapporti di buon vicinato, con ragazzi «sani» e genitori «distaccati». Lo stesso prurito mentale, la stessa pulsione caratteriale verso il riposo, la tolleranza, la stabilità riemergono oggi, ma con una colorazione ed una sensibilità espressiva diversa.

Gli omologati rigettano totalmente la strategia «macrosociale» dei loro predecessori, i giovani militanti rivoluzionari o i «giovani quadri dinamici» stakanovisti dell'era della prosperità; non è più il *gruppo globale*, cioè la «ditta Francia», o l'«Europa» de *La sfida americana* di [Jean-Jacques Servan-Schreiber](#) <sup>(12)</sup> a costituire lo strumento dell'emancipazione dei desideri individuali, ma il microgruppo di una società assennata, non-ambiziosa, pacificata - per esempio l'associazione di ambito locale, la piccola impresa cooperativa, l'unità sociale «a misura d'uomo». Da ciò la mentalità dominante, più ancora di prima, appare refrattaria ai valori della storicità, e propizia ai modelli sociali spolicizzati.

---

<sup>(11)</sup> «*Recentrés*» e «*décalés*» nel testo originale. Ovvero «ricentrati» e «scalati, spostati» (Nota del [Traduttore](#)).

<sup>(12)</sup> Jean-Jacques Servan-Schreiber, *La sfida americana*, ed. italiana più recente: Mondadori, Milano 1980 [[ult. ed. originale](#)].

La politica si fa sempre più «gestione»: il quadro ideologico e territoriale di questa gestione si rimpicciolisce; il sociale, che aveva rimpiazzato il politico, diventa il *microsociale*.

E' certo che la sinistra, quella del socialismo di stile occidentale, quella che è attualmente al potere ad esempio in Francia o in Grecia [l'articolo è del 1984], non può che incoraggiare questo atteggiamento psicosociale. I temi dell'egualitarismo accresciuto, della decentralizzazione, dell'interventismo dello Stato-provvidenza, dell'umanitarismo, dell'autogestione, dello sviluppo del «tempo libero», vanno nel senso della psicologia dell'omologazione.

Gli omologati, secondo le inchieste sociologiche, se si interessano alla militanza, se evitano l'isolazionismo ed il disimpegno dei «marginali», di cui parleremo tra poco, limitano nondimeno il loro impegno al «piccolo quadro»: movimenti ecologici, associazioni umanitarie o di difesa sociale, gruppi locali di consumatori o di genitori o di fruitori della nettezza urbana, centri sociali, circoli ricreativi, collettivi contro la droga, o per l'assistenza ai gatti randagi, o di animazione teatrale. I «movimenti» dai grandi obiettivi che si situano in un quadro nazionale o europeo - siano di sinistra o di destra - o quelli che appaiono politicizzati (partiti e sindacati), attirano poco l'attenzione delle nuove nicchie sociali. Si svela allora il denominatore comune del nuovo conservatorismo: lo *spirito di microdifesa*, di auto preservazione, di aggiustamento e di regolazione interna della *routine* sul piano territoriale come su duello storico.

I simboli detti «mobilitanti», che comportano una certa capacità di suscitare miti e immagini insieme ad una connotazione di estetica collettiva, lasciano assolutamente freddi gli spiriti assetati di «piccola giustizia» immediata, di regolazione «locale» della felicità. Preservare il quotidiano e se possibile migliorarlo, questa è la parola d'ordine. L'immaginazione e il «sublime» hanno veramente disertato il nuovo spirito dell'omologato. La sua mentalità reinventa un nuovo approccio ai *media*, ancora più alienante del precedente, quello del consumatore frenetico di messaggi. Se il giovane quadro dinamico della media borghesia degli anni sessanta consumava riviste e rotocalchi, gli omologati odierni si buttano da parte loro sull'audiovisivo. Ne armano l'aspetto intimista, dolce, sussurrante, rassicurante. Televisione e videocassette corrispondono più della stampa, del libro e della radio agli stili di vita domestica degli omologati, che escono poco e coltivano il sonnecchiare casalingo.

Essi leggono sempre meno secondo le inchieste, salvo forse le riviste specializzate, dedicate alla tavola a vela, al *bricolage* o all'arredamento. I grandi dibattiti astratti li annoiano. La loro psicologia è stiracchiata tra letture e centri di interesse iperpratici, come il tempo libero o l'abitazione, e un bisogno di evasione in un «immaginario» innocuo e non perturbante. Quest'ultimo si soddisfa tramite i *serial* televisivi, le videocassette di distrazione sentimentale, sessuale o fantastica, la musica diffusa dallo stereo familiare, seconda fata della *home*. Gli omologati vogliono essere rassicurati e «sentirsi in compagnia». Gli ci vuole un «intorno» sonoro, umano, televisivo, musicale, elettronico, domestico che sia tranquillizzante e zuccheroso. La vita, per essi, sembra essere soltanto quella privata, il *nido* prima di tutto.

Si assiste così ad una rottura brutale con l'ideale urbano degli anni sessanta, in cui il giovane evoluto usciva, andava al cinema, girava con la macchina, aveva molti appuntamenti, rientrava tardi dal lavoro, eccetera. I nuovi omologati finiscono per riallacciarsi alla mentalità di meschinità domestica della media borghesia degli anni trenta, schernita e messa alla berlina da [Céline](#). Ma il loro conservatorismo autistico è ancora più coltivato nella bambagia, più suscettibile di fuga dal reale e di rifiuto del mondo, nella misura in cui è rinforzato da mezzi tecnologici di isolamento - audiovisivo e ben presto telematico - e d'autonomia solipsista temibilmente efficaci.

Contrariamente a ciò che pensano gli ambienti della stampa scritta, la nuova psicologia conservatrice richiederà sempre meno «informazioni» ed avvenimenti a caldo, e sempre più «sogni ad occhi aperti». Le notizie stimolanti, turbative e remote perdono il loro potere di attrazione a profitto della distrazione, della compagnia, della «presa a carico» («passerete una serata meravigliosa in compagnia del programma tale»). Gli occhi e le orecchie devono essere «assistiti» e riconfortati da immagini dolci e divertenti, da sonorità facili. Quanto allo spirito, esso, vuole essere rassicurato da belle storie non-

violente. Il mondo diventa di colore rosa.

L'alloggio spazio-rifugio accuratamente verniciato e colorito - serve da caverna di Alì Babà per un'accumulazione di *gadgets* il cui ruolo non è necessariamente l'ostentazione economica come nel caso dei *parvenu* della crescita degli anni sessanta. Si tratta piuttosto di costruirsi un neoradicamento fantastico, un microspazio di soddisfazione totale dei desideri.

La cucina, il salotto, la doccia, la camera del bambino prendono un'aria da cabina di pilotaggio di un Boeing: bisogna *equipaggiarsi*, questo è il concetto-chiave. L'«equipaggiamento» gioca lo stesso ruolo della croce sopra il letto dei nostri nonni. In una civilizzazione tecnicizzata, sono i segni della detenzione dell'oggetto tecnologico che portano la funzione quasi-magica di integrazione dell'Io nella socialità. La «dotazione» in dischi, cassette, *videogames*, etc. permette di dire «siamo pronti» di fronte all'avversità aleatoria. La casa è protetta contro i cattivi dèmoni: la discoteca e la videoteca ci proteggono dalla noia e l'armadietto imbottito di medicinali ci protegge dai microbi. Gli omologati ritrovano queste buone vecchie ricette: si reinsediano. Come il piccione della tavola, le classi medie occidentali, randagie e in cerca di emozioni per una generazione, rientrano nel buco caldo della piccionaia.

I *marginali*, da parte loro, formano il secondo gruppo d'appartenenza della mentalità del nuovo conservatorismo.

Molti «marginali» sono dei futuri quadri ed appartengono agli ambienti agiati e istruiti, abitano le città, sono abituati alla società tecnologica. Non si tratta dunque di emarginati, di adepti del ritorno alla terra, né di ribelli. Paradossalmente, i marginali sono del tutto integrati nel Sistema.

Primo tratto della psicologia della marginalità: gli interessati si sentono disimpegnati in rapporto all'ambiente politico e sociale che non contestano e non approvano perché ritengono che non li riguardi. Essi «staccano». Né contestatori, né rivoluzionari, né ciò che è più notevole - utopisti, spingono fino alla sua logica estrema il «presentiamo» degli omologati. Solo conta la piccola felicità del *qui ed ora*.

Ma la loro energia e la loro creatività non scompaiono necessariamente: esse possono persino mostrarsi più interessanti e più originali di quelle delle generazioni precedenti. Semplicemente, esse non si riversano sulla società. La creatività è tutta quanta mobilitata al servizio dell'individuo atomizzato e della sua ristretta cerchia. Da qui una propensione marcata verso la *schizofrenia*: il marginale partecipa alla società nel quadro del suo mestiere o professione, ma ne è sostanzialmente *assente*: la sua vita è altrove. Per la forma o per necessità, se non può farne a meno e se ne è in grado, egli lavora; ma il contenuto del suo lavoro gli è indifferente.

Questa privatizzazione dell'esistenza, questo «intimismo» mentale che curiosamente non si apparta affatto all'egoismo o al cinismo, va di pari passo con uno psichismo da *sognatore*. Il marginale è in perpetua ricerca dell'*evasione*: il viaggio, la *pop music*, le espressioni figurative. L'energia psichica di questa minoranza della popolazione che pure tocca nelle nuove generazioni una percentuale che oscilla dal 20 al 40% del totale, non è più messa al servizio della collettività, ma per un effetto implosivo si ripiega verso la sfera intima del soggetto e verso la sua cerchia di relazioni personali immediate.

*Marginalità psicologica, non-contestazione indifferenzista, e inserimento sociale inattivo*, sono le tre grandi caratteristiche che permettono di distinguere i marginali. A differenza degli omologati, essi non partecipano ad alcuna azione associativa o rivendicazione microcomunitaria, anche qualora approvino le finalità ricercate da questa forma di impegno sociale. Dando il meno possibile di se stessi alla collettività, entrano nel sistema economico recalcitrando, e preferiscono i «lavori» instabili e liberi, magari provvisori, o la disoccupazione iperassistita ai mestieri tradizionali, al «posto» o alle carriere. Votano poco, guardano la televisione con parsimonia, ma, fatto notevole ed essenziale, la struttura del loro consumo non appare realmente marginale, e non è dunque pericolosa per i circuiti economici dominanti. I marginali sono volentieri e spesso adepti dei consumi «alternativi», dei prodotti cosiddetti «naturali», dell'abbigliamento fuori dal comune; nondimeno, siamo lontani dalla «marginalità» economica: il sistema di produzione si adatta ben facilmente a questo stile. Ciò gli permette anzi di

creare nuovi settori di produzione e consumo.

Il marginale è narcisista ed egoista esattamente come l'omologato. Questo bisogno d'occuparsi di sé del proprio ambiente immediato appare imperniato in un caso su valori domestici e microsociale, nell'altro su valori di evasione e sul fatto di essere «lasciati in pace». Questo declino del civismo e del senso sociale non si accompagna ad una protesta marcata nei confronti dello Stato, a differenza che nel conservatorismo tradizionale, normalmente intollerante sul capitolo dell'intoccabilità dell'autonomia individuale. Paradossalmente, l'iperindividualismo dei marginati li rende indifferenti nei riguardi del potere, che essi sopportano senza porsi la questione della sua beneficenza o nocività. Basta che lo Stato tenga un discorso umanitario e decentralizzatore, che distribuisca le sue amenità, che non pratichi più alcuna oppressione *visibile*, perché ogni sua invadenza passi inosservata o sia tollerata con passività.

Il *rock*, il fumetto decadente ad alte dosi, i linguaggi iperergali, il microgruppo socioaffettivo, la cultura dell'immagine, costituiscono gran parte dell'orizzonte culturale e storico dei marginali. Muniti di una preparazione tecnica spesso molto spiccata, molto «affinata», essi restano perfettamente ignoranti in materia di cultura generale, ad un grado spesso difficilmente immaginabile per chi oggi ha già passato la quarantina.

La loro sensibilità è stata costruita in un'ambientazione sensoriale ed audiovisiva nella quale la psicologia «scritta», discorsiva e razionale, non ha lasciato che fossili. Non si riconoscono più del resto neppure nella televisione e nella radio tradizionali: i loro *media* sono, per esempio, le riviste «pazze», molto illustrate, molto disordinate e dai toni volutamente stridenti, oppure le radio libere senza programmi, le cui trasmissioni sono saturazioni di musiche ritmiche ininterrotte, secondo la tecnica delle discoteche. Musica martellante e fumetto «cinematografico» costituiscono due buone descrizioni pittoriche del loro universo ipersensoriale, al tempo stesso primitivo nello stile e compartimentato nel modo di percezione, come attesta il successo del *walkman*.

I marginali appaiono come il prodotto finale di una società dai valori esauriti. Solo la «domesticazione», tramite l'abitudine ad una razione quotidiana di prodotti e di servizi da consumare, li trattiene dal cadere in un'emarginazione «totale». La società li tiene con questo mezzo. La questione che si pone allora è quella di sapere se questi marginali costituiscono una minaccia virtuale per la società dei consumi, o se la loro semi-integrazione favorisce l'apparire di nuove strutture economiche. Per la verità, due scenari sono possibili.

Prima ipotesi. I marginali, a differenza degli emarginati volontari degli anni sessanta, non sono più una categoria recuperabile. Hanno fatto interiormente secessione, e hanno isolato la loro vita privata e il loro mondo spirituale, fuori portata per la società e i suoi doveri. Non rigettando il parassitismo, la loro «marginalità clandestina», che si dissimula sotto un'integrazione apparente, costituisce una minaccia per la società contemporanea. Questa, in effetti, non può recuperarli, perché non le viene fornita alcuna presa, neppure quella di una contestazione. Indifferenti al mondo acrosociale, essi non gli consacrano alcuna energia e, per questo fatto, un recupero si rivela tutt'altro che agevole, al contrario di ciò che si era prodotto con gli *ex* marginali molto motivati e molto vistosi degli anni sessanta - che sono adesso degli omologati. Questa *bof generation*, secondo una tipica espressione, nasconde sotto la sua assennatezza superficiale una temibile forza d'inerzia capace di mandare in rovina il sistema sociale, non per esplosione, come nel caso di una grande rivolta classica di stile sessantottesca, ma per implosione, per consunzione di energie. In caso di una crisi grave, una frazione importante della popolazione delle nazioni europee si rifugerà in una sorta di passività militante, di sciopero delle energie e degli sforzi collettivi.

La seconda ipotesi non è meno plausibile. Essa parte dal postulato che in caso di grave crisi, la nostra società, tenuta in piedi da meccanismi di sorveglianza tecnocratica altamente sofisticati, al tempo stesso impersonali e fortemente elitari, non avrà bisogno, qualsiasi cosa avvenga, dell'appoggio attivo della popolazione. Al contrario, sarebbero proprio le demotivazioni e l'indifferenza a preservare i gestori di una tale crisi da complicazioni di ordine politico e sociale. In caso di crisi galoppante, cioè per esempio di difficoltà considerevoli a mantenere l'attuale tenore di vita delle popolazioni, la

psicologia della marginalità sarebbe d'un certo aiuto ai regolatori dell'apparato tecnoeconomico.

Se la mentalità degli anni sessanta non ha mai ammesso cedimenti nella progressione dei redditi, le cose vanno diversamente con i marginali odierni - e così pure, in minor proporzione, con gli omologati. Si nota un grande calo di ambizione, determinato dal fatto che essi non hanno mai conosciuto la povertà, ed uno spostamento degli ideali individuali dalla «ricchezza» quantitativa verso beni immateriali come il diminuire degli impegni, l'ampliamento del tempo libero, il rallentamento delle scadenze e dei servizi sociali, tutte amenità che corrispondono perfettamente a ciò che può offrire una società in recessione economica. Il «livello» del salario conta oggi meno rispetto ai vantaggi ed alle facilitazioni collaterali, alla frequenza dei permessi, all'elasticità degli orari, alle garanzie assistenziali, mutualistiche, eccetera. Le nuove strutture economiche della società mercantile in crisi economica si prestano in effetti splendidamente a fornire servizi di questo genere: assistenza, garanzia, libertà, sicurezza, in un ambiente di crescita nulla o addirittura di recessione. In compenso, sarà sempre più difficile realizzare un progresso del tenore di vita e del volume dei consumi, o ridurre la disoccupazione.

Di conseguenza, questa nuova forma di «società industriale di gestione di crisi» conviene perfettamente ai marginali come agli omologati. Il «giovane quadro dinamico» l'avrebbe, in compenso, aborrita. La «crisi di legittimazione» di cui parla [Habermas](#) <sup>(13)</sup>, e che risiederebbe nel fatto che le società occidentali, legittimate dalla crescita economica, non troverebbero più ideologie di sostituzione in caso di recessione, può dunque disgraziatamente - essere risolta dall'apparizione di questo nuovo psichismo di omologazione e di marginalizzazione.

Come ha ben visto [Christopher Lasch](#) <sup>(14)</sup>, il *narcisismo* è il vero compimento della grande ondata di individualismo che progredisce nelle società occidentali dal diciottesimo secolo. Ricerca dell'io, egotismo, instabilità affettiva, ossessione dell'equilibrio individuale, fantasmi di esistenze «realizzate» ma senza rischi (il che costituisce una terribile contraddizione da un punto di vista etologico), tutti questi tratti patologici, segni di senilità e di addomesticamento di massa, sono realizzati nella nuova società dei consumi. Un tempo sotterranei ed impliciti, essi entrano oggi di prepotenza nell'ideologia sociale. La NSC e le sue strutture si fanno *terapeuti dell'io*. Dallo Stato-provvidenza alla società-infermiera ...

### **La pseudo-"società civile" e la repressione permissiva**

Intellettuali e teorici si divertono da qualche anno a criticare lo Stato e lo statalismo, e a reclamare, in forza dei loro abusi, la fine di entrambi. Oltre a confondere queste due nozioni, che sono in realtà antinomiche <sup>(15)</sup>, giacché l'interventismo statale è spesso inversamente proporzionale al potere sovrano, essi credono di veder spuntare nelle mentalità dei nuovi consumatori e delle giovani generazioni una potente rivendicazione d'individualismo. Questa, si pensa a torto, sarà la tomba dello «Stato-provvidenza», e farà rinascere una società civile *autonoma*...

La «crisi dello Stato-provvidenza» e le critiche che gli sono state portate, non si fondano in verità affatto su una contestazione del «provvidenzialismo». Quel che viene rimproverato al *Welfare State* è proprio di non aver saputo realizzare i suoi obiettivi, di essersela cavata piuttosto male come reale e totale «provvidenza». Le contestazioni dello Stato-provvidenza e del social-statalismo fatte da Minc, Rosanvallon, Lepage e colleghi, possono essere ricondotte al rimprovero di non aver rappresentato una

---

<sup>(13)</sup> Jurgen Habermas, [Strukturwandel der Öffentlichkeit](#), Hermann Luchterhand Verlag, Francoforte 1962.

<sup>(14)</sup> Christopher Lasch, [Culture of Narcissism. American Life in the Age of Diminishing Expectations](#), Norton & Cie, New York 1976.

<sup>(15)</sup> Vedi [Alain de Benoist](#) e [Guillaume Faye](#), "Contre l'Etat-providence", in [Eléments](#) n. 44, gennaio-febbraio 1983, e "Pour un Etat souverain", *ibidem*.

vera «buona provvidenza». Ma l'idea assistenzialista e provvidenzialista non è contestata nel suo fondamento. In queste condizioni, non si vede come ci si potrebbe sbarazzare delle burocrazie maternaliste. Non si domanda loro, in conclusione, che di essere più efficienti, di mantenere cioè le proprie promesse fino in fondo.

Perché la nuova società dei consumi diventi realmente polimorfa, e dia luogo ad una società civile liberata dalla presa dello Stato assistenziale e della burocrazia sociale, come sperano gli intellettuali, ci vuole un profondo sconvolgimento delle mentalità e dell'ideologia-«ambiente». Ora, questa - più di prima, nella società consumista iniziale - reclamerà *felicità sociale*, più che «felicità economica», dunque *interventismo sociale* da parte della tecnostuttura.

Da un certo lato, in effetti, si sente dire che la rivolta contro gli abusi dello Stato-provvidenza (fiscali, amministrativi e sociali), aggiunti ai desideri di felicità sociale che si sostituiscono alla aspirazione economica dell'«ebrezza del consumatore», costringeranno lo Stato a ripiegare sulla sua sfera politica *interna*, a dirigere l'economia dall'alto senza intervenire sul mercato interno, permettendo così alla società civile di rivivere in modo autonomo, producendo essa stessa con il suo associazionismo, i suoi mercati e lo svilupparsi delle sue inter-conessioni private, quella felicità sociale che non rientra nelle funzioni statali classiche.

Questo ragionamento è fallace. Non tien conto della logica e della natura profonda dell'ideologia occidentale, *razionalista, iperindividualista ed antiorganicista*, che, dal momento in cui è affermato il postulato di *individualismo*, produce necessariamente lo *statalismo*. Duecento anni di storia ci insegnano che l'ideologia liberale, paradossalmente fondata sul desiderio di autonomia individuale e di «crescita della felicità», ha dato luogo, a dispetto delle sue dottrine antistatali, all'intervento protettivo delle amministrazioni ritenute capaci di «felicitizzare» la società intervenendo chirurgicamente sul suo corpo vivo per liberarla e favorirne lo sviluppo.

Ora, lo stesso meccanismo rischia di riprodursi nella misura in cui l'ideologia occidentale ha ancora rafforzato negli spiriti l'individualismo ed il materialismo sociale. Infatti, l'attuale domanda di *felicità sociale*, l'aspirazione ad una reviviscenza della società civile, della sua libertà, della sua autonomia, non sono autenticamente *organiciste*, ma restano *individualiste*. Non si tratta di un desiderio di far rivivere i corpi intermedi in quanto tali, ma di rendere felice l'*individuo* - più felice ancora - grazie ad una società civile «privata» che si sostituirebbe nella sua funzione protettrice all'amministrazione statale. In queste condizioni, la «società civile» polimorfa, autonoma, libera, non sarebbe che una nuova espressione per designare la tecnostuttura del Sistema e dello Stato-provvidenza. Questo si camufferebbe in tal modo da «società civile». Così, dopo aver distrutto la società, lo Stato gestionale, suprema malignità, si travestirebbe con i panni della sua vittima.

Il bisogno di una maggiore felicità sociale non sviluppa meccanicamente una società autonoma ed organica, ma trascina con sé un intervento anonimo ed amministrativo. La fiscalità ed il budget sociale possono ben discendere a gradini decentralizzati ed all'apparenza «privati», ma resta sempre il fatto che il principio dello Stato assistenziale e della sottrazione a suo profitto del reddito nazionale rimane indiscusso. La domanda di felicità sociale non porta la rinascita di una società civile organica, perché quest'ultima, se dovesse per avvenuta esistere, non potrebbe riporsi, come insegna lo studio delle società tradizionali, sull'individualismo razionalista sotteso a tale esigenza. Una società civile «vivente» e comunitaria, si fonda al contrario su un sentimento *collettivo* di «appartenenza» sulla subordinazione del benessere individuate alle esigenze della vita della comunità, come ha mostrato [Ferdinand Tönnies](#) <sup>(16)</sup>. La costituzione, in seno alla nuova società dei consumi, del desiderio di arricchimento economico e monetario, rinforza piuttosto che abolire, il bisogno di assistenza «materna» da parte dello Stato.

Gli individui quindi non chiedono la fine dello Stato-provvidenza, ma domandano un affinamento, un'«umanizzazione», una sofisticazione delle sue protezioni. La nuova società dei consumi e le sue

---

<sup>(16)</sup> Ferdinand Tönnies, *Comunità e società*, Edizioni di Comunità, Milano 1979 [[ed. originale](#)].

aspirazioni ad una maggiore socialità e ad un minore statalismo vedranno crescere quest'ultimo, esigendo da esso che annulli i suoi «inconvenienti» (distanza, anonimato, inefficienza, sperequazioni, fiscalismo a cascata) e aumenti le sue gratificazioni. La NSC domanda allo Stato assistenziale di *avvicinarsi agli individui*, ma non certamente, di scomparire.

La «socialità», secondo l'accezione di [Michel Maffesoli](#) [*alias*] <sup>(17)</sup>, cioè la trama vivente delle istituzioni, dei corpi e delle strategie di una comunità sociale organica, con tutta l'applicazione affettiva e lo spessore culturale che questa comparta, non ha strettamente niente a che vedere con questa rinascenza della «società civile» cui dà luogo la nuova società dei consumi. La socialità organica non è fatta per portare la felicità individuale nel *sensu moderno*. Non riposa su postulati edonisti o eudemonisti. Né riposa sull'individualismo. L'autentica *socialità*, di natura comunitaria, *integra l'individuo in un gruppo di appartenenza che lo trascende*. La comunità è il fine dell'individuo, non il contrario, sia che il gruppo abbia carattere dionisiaco o marziale. Nel modello neocomunitario della NSC invece, l'individuo e il suo benessere - o la sua sicurezza - divengono proprio la preoccupazione centrale della comunità.

Di conseguenza l'integrazione organica degli individui nel gruppo non si produce, e l'isolamento psicologico rimane la regola.

Con l'emergere della nuova società dei consumi, questo anonimato sociale e questo declino dei rapporti sociali organici si fanno ancora più gravi. Ma sono mascherati e compensati dalla proliferazione pretenziosa degli addetti alle «comunicazioni sociali» e dall'aumento progressivo del peso della organizzazione delle *public relations*, che non sono in fondo che relazioni *commerciali* ribattezzate. La mercantilizzazione dei rapporti sociali e l'impovertimento dei legami umani si trovano al tempo stesso combattuti e rinforzati dall'instaurazione di queste «comunicazioni» artificiali. Così come l'amministrazione statale era venuta a colmare il vuoto lasciato dalla scomparsa delle solidarietà organiche e comunitarie accentuando però gli effetti di questo vuoto (l'isolamento individualista), così il tessuto di «relazioni», di «comunicazioni» sofisticate, artificialmente rifabbricate dalla nuova società dei consumi, aggrava ancora l'incomunicabilità propria della società occidentale.

Rafforzarsi dell'individualismo sotto il camuffamento delle «comunicazioni sociali» e aggravarsi della massificazione tramite il simulacro delle comunità e delle tribù. E' questo il volto del socialstatalismo tecnocratico e permissivo organizzatore degli spazi di libertà individuale totale all'interno di «gabbie sociali» ove si può fare ciò che si vuole, ma da cui non si esce. Nelle grandi voliere degli zoo, gli uccelli sono «liberi»: volano, ma non sanno che ci sono delle sbarre.

La nuova società dei consumi è, dal nostro punto di vista, peggio della vecchia. Ai mali del capitalismo, aggiunge quelli del socialismo umanitarista. Alla società mercantilistica di cui sopprime gli ultimi residui di dinamica conquistatrice, aggiunge gli inconvenienti del modello di società protezionista ed iperassistenziale. Il mercato e la sua dinamica non esisteranno più proprio là dove sono necessari: nell'industria privata. Vedremo in compenso fiorire il mercato nelle microimprese terziarie, non creatrici di valore aggiunto industriale: dai negozi ai ristoranti, passando per le piccole imprese fornitrici di servizi sofisticati. I soli capitalisti resteranno lo Stato socializzato (per il tramite delle grandi imprese) e i «piccoli imprenditori» del codice civile. Ma le forze vive della nazione, rappresentate da coloro che mantengono e rinnovano il tessuto economico, ovvero la media e piccola industria, sottomesse all'intervento poliziesco delle amministrazioni, sono destinate a declinare sempre più.

In *L'après-crise et commencée*, [Alain Minc](#) sostiene che il mercato e il liberalismo stanno per reintrodursi nei *consumi sociali*. Egli evoca a tal proposito il supremo paradosso dello Stato-provvidenza che, benché fondato sull'anticapitalismo e sul rigetto socializzante di un mercato reputato fonte d'ingiustizia, ha sviluppato il bisogno di felicità e di consumi sociali e, conseguentemente al fallimento subito nell'adempimento del suo ufficio, si vede costretto a retrocedere al mercato ed al

---

<sup>(17)</sup> Michel Maffesoli, *La conquête du présent*, Presses Universitaires de France. Parigi 1980.

settore privato la funzione della protezione sociale. Ma tutte queste argomentazioni non sono che pie illusioni.

Se Minc descrive con ottimismo ciò che a suo avviso potrebbe essere un ritorno del politico e dello Stato sovrano nella nuova società dei consumi, ciò non toglie che non è affatto detto che il suo seducente scenario si realizzi. Ascoltiamo nondimeno: « *Il dopocrisi esige paradossalmente "più Stato" per meglio ingannare le leggi del mercato economico mondiale e servire da scudo all'industria interna, "più mercato", solo scampo all'imbballarsi delle spese pubbliche e alle impasse dello Stato-provvidenza, "più società civile", fattore unico di riequilibrio cui deve adattarsi il gioco delle istituzioni* ». Continuando sullo slancio della sua «arringa stata-libertaria», Minc prosegue: «*La restrizione del campo politico non equivale alla sua scomparsa. Essa esige di pensare ad uno Stato forte ma ristretto, che si porti in prima linea ma si disimpegni dal gioco sociale, e ad un mercato accettato non come una fatalità, ma come un fattore di regolazione sociale*»<sup>(18)</sup>. Tutto ciò può apparire interessante in assoluto ma comunque presuppone - cosa che Minc non vede - un'inversione radicale dei valori dominanti, in particolare dell'individualismo. In quanto tali, le mentalità dei nostri contemporanei non preparano affatto nell'immediato una società « stata-libertaria ». Tutt'altro.

In campo politico, la NSC sembra prepararci ugualmente una gravidanza accresciuta dello statalismo tiepido. Il nuovo dispositivo ideologico di legittimazione delle società industriali tiene ad includere nel suo discorso certi temi apparentemente «liberatori» come l'ecologismo, la difesa della cultura ed un certo numero di valori «dolci», apparentemente anti-industriali. Questa categoria ideologica ha per oggetto di preparare eventualmente gli spiriti ad una stagnazione o ad un abbassamento del tenore di vita. La società mercantile, a lungo fondata sulla crescita, vedrebbe normalmente i suoi fondamenti dottrinali sfaldarsi gravemente in caso di crisi economica generale; si tratta dunque di approntare un «discorso di rincalzo», un'ideologia di riserva presa a prestito dal vecchio argomentare dei contestatari. I marginali e gli omologati sono il prodotto, in particolare i secondi, di questo recupero.

Marginali e omologati non si raggruppano più intorno a grandi cause. E' questo che spiega la diminuzione del dogmatismo e la perdita di *audience* dei grandi «credo» ideologici. Ma questa distanza presa in rapporto agli ideali sociali e politici, come la diminuita gravidanza dei miti moderni, non si traduce in maggior «rigore» o «saggezza». L'intransigenza ideologica e politica declina a beneficio di un'indifferenza civica che ha per corollario l'autocontemplazione del proprio modo di vivere.

Ne deriva un forte desiderio di consenso, ma non nell'accezione politica del termine. Il consenso in questione prende la forma di una pace sociale *a qualsiasi prezzo*, di una voglia ossessiva di composizione, di tolleranza, di arrangiamento. Mentalità doppiamente criticabile: sul piano interno, lascia mano libera alle manipolazioni amministrative dello Stato-provvidenza, cosa che tutto gli è permesso purché garantisca un mondo senza eccessivi turbamenti; sul piano esterno, le mentalità sono preparate a tutti i compromessi, ovvero a tutte le onte e le capitolazioni.

Il bisogno di non violenza, come l'ipersensibilità a tutte le forme di aggressività, costituiscono tratti patologici sempre più diffusi. Spesso questa sindrome conduce a curiosi paradossi: per esempio, il bisogno di nonviolenza entra in contraddizione con l'umanitarismo, e con l'allergia a tutte le modalità di coercizione tradizionali. La nuova mentalità conservatrice avverte da un lato l'insicurezza della vita urbana e la minaccia della delinquenza con acutezza accresciuta, al punto di soccombere al mito secondo cui la nostra società sarebbe penetrata dalla violenza ad un livello intollerabile e mai visto, ma esige d'altra parte che la polizia moderi la sua presenza, che la pena di morte sia abolita, che la repressione del banditismo si attenui, eccetera.

La prudenza e la tranquillità del modello dell'omologazione, così come l'indifferenza secessionista dei marginali, preparano senza dubbio una società in cui le masse, purché si fornisca loro una certa pace, si lasceranno fare di tutto da una minoranza attiva e dinamica. Questa minoranza non imporrà una società

---

<sup>(18)</sup> [Alain Minc, \*L'après-crise est commencée\*](#), Gallimard, Parigi 1983.

autoritaria nel senso classico, né uno stile politico autocratico, né tanto meno una strategia industriale o diplomatica attiva o offensiva. Essa rischierebbe di perdere, presso le masse conservatrici di omologati e marginali, il fondamento della sua legittimazione. La minoranza dirigente metterà il suo dinamismo perciò esclusivamente al servizio delle ambizioni personali dei suoi membri, e prenderà cura di preservare una società molle, umanitaria, amena e ben poco politicizzata. L'energia e il vigore collettivi passeranno dal livello storica-comunitario a quello di ristrette e frammentate sfere dirigenziali poste alla testa dello Stato assistenziale.

Queste avranno cura di servire un discorso al tempo stesso iperdemocratico e fortemente demagogico, come di mantenere il più possibile le promesse di gratificazione fatte alle masse. Quest'*élite* si recluterà probabilmente tra coloro che, fin da oggi, condividono - spesso con indifferenza e cinismo - gli ideali tranquilli degli omologati, ma non ne scelgono affatto lo stile di vita: fanno forse parte di quel 10% di irriducibili che adottano ancora i progetti di esistenza e le ambizioni dei «giovani lupi dai lunghi denti», immagine coniata all'epoca dell'arrivismo degli anni sessanta.

L'avvenire ci riserva quindi una strana forma di società, al tempo stesso repressiva e molle, ipercentralizzata sotto un'apparenza di dispersione, e di decentralizzazione, di rigoglio associativo, di partecipazionismo decisionale. Una supertecnocrazia dolcemente ma saldamente insediata su di un corpo sociale che si crederà molto «responsabilizzato», penetrato da una sorta di civismo pseudodemocratico e pruriginoso. Nei paesi del Nordeuropa, questo modello è già molto avanti, e non fa certo bella mostra di sé. È una repressione *cool*, in cui si aggregano permissività individuale e sorveglianza morale ed economica da parte della burocrazia. La società civile, volatilizzata in un polverone di sistemi di valori, di centri ideologici più isolati che originali, diventa per così dire «neutra». Essa non perviene più a contestare efficacemente le strutture dominanti. Questa dispersione e questa esplosione di modelli, lungi dal costituire un fenomeno di «liberazione», accentuano il conservatorismo globale dell'insieme.

Di modo che la «crisi di legittimazione» delle società capitaliste attuali, che tanto preoccupa [Habermas](#), conforta più che indebolire il potere delle strutture sociali dominanti. Le persone possono essere contestatrici nelle loro idee personali, ma se niente viene a «federare» e strutturare questa contestazione, essa giocherà al contrario un ruolo *smobilitante*. La società non si è mai trovata tanto bene installata come da quando è stata privata della sua legittimazione ideologica classica, come da quando tutti «la contestano ciascuno nel proprio angolo», disordinatamente, con atteggiamenti e comportamenti puramente devianti, o rifugiandosi in universi immaginari e stili di vita marginali. In effetti, l'adesione sociale non riposa più che su «gesti» di consumo quotidiano, che su partecipazioni pratiche al Sistema. Niente di più solido, a dispetto delle apparenze. Niente di più efficace della carta di credito per federare una società. Ci si avvicina molto da presso al modello societario «puro», all'insieme sociale strettamente meccanico, di cui parla [Tönnies](#).

L'esplosione dei valori «culturali» toglie alla vecchia «opinione pubblica» ogni consistenza. La società dell'avvenire, se la mentalità dell'automarginalizzazione dovesse diventare maggioritaria, si troverebbe tutta quanta disimpegnata in rapporto alle strutture statali ed economiche che la domineranno. Al limite, si potrebbe sostenere che se fino ad oggi la società civile ha «retto» la sfera istituzionale ed economica, offrendole la base della sua legittimità, dal momento in cui questa legittimazione non è più necessaria, è la struttura dirigente istituzionale ed economica che va a «reggere» e a «produrre» la società civile, ovvero persino a legittimarne l'esistenza. Degno funerale per gli ideali democratici.

### **Interregno e tempi postmoderni: verso un'epoca indecisa**

Al di là di ciò che noi abbiamo potuto giudicare come la sua negatività intrinseca, in rapporto ai valori anti-occidentali e anti-egualitari cui ci richiamiamo, la NSC sarà posta sotto il triplice segno dell'ambiguità, della contraddizione e dell'indecisione. È questa la ragione per cui, dopo tutto, non è il caso di stare troppo e lamentarcene. In fondo, i lupi amano cacciare al crepuscolo, e gli squali in acque agitate.

La NSC assomiglia già ad un gigantesco teatro, ad un'enorme simulazione. Tentando di adattare alla «crisi» una civilizzazione di abbondanza e di spreco, essa sarà al tempo stesso sofisticata ed austera, burocratica e conviviale, neo-organica e tribale quanto tecnocratica ed informatizzata («matematizzata»), intimista eppure massificante, compartimentata e mondialista, eccetera.

La «modernità» non sfuggirà a questa contraddizione. Rifiutata là dove essa implica una mobilitazione collettiva, un'avventura ed una certa «brutalità» essenziale, essa sarà sempre più adottata come ancora di salvezza in campo domestico, Basta con le torri di acciaio e cristallo e con le città ipermoderne, avanti con i prodotti campagnoli, i fuochi di legna, l'urbanistica assennata, ed anche con l'elettronica casalinga e l'informatica domestica. Si è lontani dai sogni futuristi degli anni sessanta: i calcolatori popoleranno il nostro ambiente che non avrà niente di ipermoderno, di avveniristico. Si cercherà al contrario di renderlo rassicurante, «neotradizionale».

Questa nuova società dei consumi sarà *fragile*, perché sofferente di forti conflitti interni. Fra i tratti che abbiamo appena descritto, possiamo già individuare l'incompatibilità tra l'accentuarsi dell'individualismo ed il bisogno di convivialità, tra l'accresciuta razionalizzazione economica del modo di vivere e il bisogno di immaginario, tra la frammentazione della società in segmenti e delle istituzioni in apparati settoriali e il peso costante delle tecnocrazie multinazionali. La società «neo-occidentale» oggi in gestazione presenterà contraddizioni che saranno degli enigmi per lo storico. Per certi tratti, essa marcherà un ritorno ad elementi feudali: radicamento, convivialità, corporazioni; dall'altro vedrà aggravarsi le patologie delle società omogenee di massa: isolamento individuale, programmazione tecnica dei comportamenti, egemonia dell'economia, così via.

La nuova società dei consumi «di crisi» non sarà né comunitaria, né sovrana, né centralizzata, né organica: essa sarà *decentrata*, simulatrice dell'eterogeneità ma conservatrice di un'omogeneità di fondo, e dominata da istituzioni *falsificate*: falsificazione della cultura, dell'organicismo sociale, delle tradizioni, dell'immaginario ... Intenderà proseguire e simulare, in un periodo in cui crescono i rischi e la destabilizzazione economica mondiale, la prosperità del dopoguerra. Di fronte alle sfide montanti del mondo esterno che convergono in questa fine secolo verso un punto forse drammatico che i futurologi non osano ancora fissare, la nuova società dei consumi, come lo struzzo, si polarizza ancora un po' di più sul «consumo».

«Ancora un istante di felicità», dicono i deboli, o i popoli che stanno invecchiando e sentono montare la minaccia. Ma neppure questa felicità vespertina sarà forse loro concessa. Giacché, lo sappiano o meno i pronosticatori dell'economico e del sociologico, l'occhiale inchiodato ai giardini interni, le grandi tempeste storiche vengono sempre *dal di fuori*.

La NSC prosegue senza rotture l'inarrestabile ascesa dell'individualismo di massa che Louis Dumont ha giustamente assimilato alla progressione storica, della civilizzazione occidentale, egualitaria, democratica e cristianomorfa <sup>(19)</sup>. Ma essa corrisponde ad una nuova fase di questo processo secolare: quella in cui gli ideali teleologici sono spenti. Fase sociologica e non più ideologica dell'egualitarismo, fase *postmoderna* perché la fede nel progressismo si è estinta.

La diagnosi a questo proposito di Gilles Lipovetsky è particolarmente lucida: «*L'era della rivoluzione, dello scandalo, della speranza futurista, inseparabile dal modernismo, è compiuta. La società postmoderna è quella in cui regna l'indifferenza di massa, dove la sensazione di ripetere e procedere a tastoncini domina, dove l'autonomia individuale va da sé, dove il nuovo è accorto come il vecchio, dove l'innovazione è banalizzata, dove il futuro non è più assimilato ad un progresso ineluttabile. La società moderna era conquistatrice, fiduciosa nell'avvenire, nella scienza e nella tecnica, si è istituita in rottura con le gerarchie del sangue e della sovranità sacrale, con le tradizioni ed i particolarismi, in nome dell'universalismo, della ragione, della rivoluzione*». Ora, constata Lipovetsky, «è ormai il vuoto che ci regge, un vuoto purtuttavia senza nulla di tragico o di apocalittico. Che errore avere

---

<sup>(19)</sup> Louis Dumont, *Homo aequalis. Genesi e trionfo dell'ideologia economica*, Adelphi, Milano 1984 [ed. originale].

annunciato precipitosamente la fine della società dei consumi, quando è chiaro che il processo d'individualizzazione non cessa di allargarne i confini. La recessione presente, la crisi energetica, la coscienza ecologica non suonano la campana a morto per l'età del consumismo: noi siamo votati a consumare - potesse essere altrimenti! - sempre più oggetti ed informazioni, sport e viaggi, insegnamenti e relazioni, musica e cure mediche. E questo la società postmoderna: non un al di là del consumismo, ma la sua apoteosi, la sua estensione fino alla sfera privata [...]. I processi di individualizzazione generano il vuoto in technicolor, il fluttuare esistenziale per e tra l'abbondanza dei modelli, siano essi ornati di convivialità, di ecologismo, di psicologismo. Più precisamente, siamo nella seconda fase della società dei consumi, cool e non più hot, consumismo che ha digerito la critica dell'opulenza. Finita infatti l'idolatria per gli aspetti più clamorosi dell'american way of life del dopoguerra, delle macchine trionfanti di cromature, delle grandi star e dei sogni hollywoodiani; finita la rivolta beatnik, lo scandalo delle avanguardie, la contestazione, tutto ciò ha lasciato posto, si dice, ad una cultura postmoderna individuabile da molti tratti: ricerca della qualità della vita, passione per la personalità individuale, sensibilità "verde", disaffezione dai grandi sistemi di significati, moda retro, riabilitazione del locale, del regionale, di certe credenze pratiche tradizionali»<sup>(20)</sup>.

Immobilità tiepida di questo universo postmoderno che comincia. Per la massa, è della morte tiepida (*Warmtod*) che si tratta, secondo l'espressione di Lorenz: l'assopirsi inquieto in un benessere minacciato. La storia si ritira, come una marca di cui si ha paura, dall'Occidente. Dalla fine dei traumi delle guerre coloniali, la storia spaventa i consumatori. Essi preferiscono *giocare*, giocare alla vita per procura, con esperienze di seconda mano, come nel caso della mania per i «giochi delle parti» e per le superproduzioni di fantascienza. Ma se le storie rimpiazzano la storia, non è, con cinismo, fino alla fine di esse che noi dobbiamo andare?

La NSC ha la tranquillità dell'uomo maturo, ma non ne ha la saggezza. Imprevedente e molle, padroneggia male i meccanismi brutali di un'economia planetaria che pure costituisce il suo fondamento. Castello di carte? È possibile. Attendiamo, secondo le parole di [Francois Partant](#), che si realizzi quest'inquietante profezia di cui non sentiamo al presente che le primissime avvisaglie, delle cui conseguenze non sappiamo nulla, di cui nessuna delle nostre strutture sociali, politiche ed economiche ha ancora fatto l'esperienza, di cui non sappiamo se sarà incubo o liberazione: *che la crisi cominci*<sup>(21)</sup>.

Quando il Titanic fu squarciato dall'*iceberg*, la scossa fu minima e la brillante vita di bordo, continuò ancora per un certo tempo prima che l'inizio del dramma si facesse palese. Questo tempo ultimo dei piaceri, questo interregno, è forse ciò che stiamo vivendo, è forse la nuova società dei consumi. E pure possibile che non sia affatto così, che la NSC segni l'aurora di un lungo periodo. Può darsi che l'economia mondialista e la pianificazione tecnoeconomica della Terra non siano che all'inizio e che ogni crisi di prima grandezza sia per ora, e per un lungo periodo, scartata; non ne sappiamo niente, siamo nell'incertezza; attendendo gli anni decisivi, viviamo di fatto gli *anni indecisi*.

Ma può anche darsi che ci inganniamo, e che da qualche parte, si prepari ciò che ci permetterebbe di mormorare non «verso giorni migliori», ma: «anteguerra». «Penso che siamo entrati nell'"anteguerra"» - scrive [Alain de Benoist](#) «gli avvenimenti che viviamo non chiudono un'epoca; ne annunciano un'altra. Il prossimo decennio ridarà un senso alla politica internazionale»<sup>(22)</sup>. Forse, in effetti, siamo proprio nell'occhio del ciclone. L'era di intimismo, di narcisismo, di assunzione dell'individuo egotista alla ricerca di un benessere povero e sofisticato in cui viviamo, in questa nuova società dei consumi, in quest'età postmoderna, annuncia forse il ritorno della storia.

La NSC sarebbe allora il momento finale di una «civilizzazione sociologica», il *punto di passaggio*

---

<sup>(20)</sup> Gilles Lipovetsky, *L'ère du vide*, Gallimard, Parigi 1983.

<sup>(21)</sup> [Francois Partant](#), *La fin du développement*, Maspéro, Parigi 1983.

<sup>(22)</sup> [Alain de Benoist](#), *Le idee a posto*, op. cit. [[ed. originale](#)].

*obbligato*, prima che noi possiamo conoscere una nuova era di tempeste che ci restituisca delle ragioni per vivere?

Di questo interregno, [Giorgio Locchi](#) scrive: «*Nietzsche ha drasticamente opposto il "nichilismo negativo" dell'egualitarismo, volto alla produzione dell'"ultimo uomo", e cioè alla "fine della storia", al "nichilismo positivo" del suo movimento "sovrumanista", deciso a far tabula rasa, al fine di creare così, invece, le condizioni secondo lui indispensabili all'"avvento del superuomo". [...] L'"attesa della fine" sembra divenire in tal modo, per chi aderisce alla visione sovrumanista, il solo atteggiamento logico. Il problema che si pone è di sapere se questa attesa debba essere attiva o passiva. Tanto Nietzsche con il suo nichilismo positivo, quanto Wagner con il progetto d'azione illustrato dal Parsifal, impongono all'attesa un carattere nettamente attivistico. I rappresentanti più autorevoli del pensiero conservator-rivoluzionario, da Jünger a Heidegger, hanno chiamato "Interregnum" questo periodo dell'attesa, destinato a trovare la sera conclusione: o nel trionfo della tendenza egualitarista e nella "fine della storia", oppure nella "ri-generazione della storia" e nell'affermazione europea del sovrumanesimo*»<sup>(23)</sup>.

In queste condizioni, val meglio felicitarsi di questa nuova società dei consumi e della mentalità postmoderna che le è legata. L'una come l'altra marcheranno il momento epocale ultimo del nichilismo occidentale, per il quale bisognerà necessariamente passare affinché una rigenerazione della storia sia possibile, affinché l'economia mondialista, l'individualismo di massa e l'uniformizzazione dei popoli siano spazzati via, e perché sopravvenga l'autentica *crisi* che segnerà la fine della civilizzazione occidentale. Bisogna forse, come sostenevano i situazionisti come [Vaneigem \[alias\]](#)<sup>(24)</sup>, e come suggerisce implicitamente Baudrillard a fare, affidarsi al flusso della *moda*, all'effimero, al gioco sprovvisto di senso dei segnali e dei codici, alle *performances* senza seguito delle idee, delle espressioni culturali o dei piaceri postmoderni. Bisogna incitarvi i nostri contemporanei, incitarli alla perdita di coscienza, inebriarli perché, in quest'oblio e in questo «presente *totale*», scompaiano i «grandi ideali» fino ad oggi dominanti. «Come vivere gli ultimi anni che ci restano da vivere?»: ecco cosa bisogna chiedere. E fare nostra la sentenza latina: *Quos vult perdere prius deus dementat*. Ma, come un tempo nelle orge il cerimoniere del festino, è necessario restare coscienti.

La nuova società dei consumi promette di essere questo banchetto dell'oblio. Essa spezza la dinamica mentale di questo mercantilismo egualitario di cui rafforza le strutture materiali. Nel suo seno può crescere ciò che Nietzsche ha chiamato il «nichilismo attivo».

NSC e postmodernismo hanno in effetti il «vantaggio», in rapporto alla società industriale e mercantile classica, in rapporto anche alle ideologie del modernismo, di destabilizzare la *fede* secolare nei grandi ideali della concezione del mondo egualitaria: progresso, eguaglianza, autonomia individuale, democrazia, eccetera. Non resta che l'individuo alla conquista del suo presente, del suo ego epicureo, senza fiducia nel futuro. Questa «civilizzazione socialdemocratica» in cui siamo entrati fa penetrare nelle mentalità una *coscienza del declino*, un rifiuto della politica, una paura fredda della competizione internazionale. Obiettivamente decadenti, questi tratti mentali sono nondimeno positivi in quanto indeboliscono l'ideologia egualitaria e mondialista, e l'individualismo democratico da cui pure provengono.

L'anteguerra e i tempi postmoderni sono duri da sopportare, crudi come l'inverno in cui tutto è gelido deserto, in cui ogni significato se ne fugge via; ma bisogna ben passarci attraverso, perché un nuovo senso delle cose subentri e la «guerra» sia dichiarata ... La luce mattutina dell'aurora appare solo, come spiegava [Hölderlin \[alias\]](#), dopo che «*i preti di Bacco hanno danzato nella notte sacra*». Come pensava anche Heidegger, noi siamo alla mezzanotte del mondo e dobbiamo viaggiare fino al termine della notte prima che sorga l'alba, accettando che ben pochi dei nostri contemporanei sappiano che l'alba giungerà, e soprattutto essendo coscienti che ben pochi tra loro *accetterebbero* quest'alba... Coloro che

---

<sup>(23)</sup> Giorgio Locchi, *Wagner. Nietzsche e il mito sovrumanista*, Akropolis, Roma 1982.

<sup>(24)</sup> Raoul Vaneigem, *Le livre des plaisirs*, Encre, Parigi 1979.

hanno preparato l'«interregno» non sospettano che il «piccolo mattino pallido» che gli succederà - cioè il «*nuovo regno*» - sarà in rottura completa con i loro idoli.

Parlavamo poco sopra di Bacco, e non era senza una ragione precisa. La NSC e i tempi postmoderni sono penetrati, come ha visto Maffesoli <sup>(25)</sup>, dalla presenza sempre più insistente del dio Dioniso. Presentismo, spirito orgiastico, ricerca del godimento, oblio ed ebbrezza confusionale, ritorno del corpo e della sua immediatezza, perdita di coscienza politica etc.; tutti questi tratti psichici sono positivi dal nostro punto di vista, *se li si sa leggere*. Dioniso addormenta le coscienze, fa sparire gli ardori pseudoprometeici ed i vecchi valori della morale egualitaria e di questa società razionalista e mercantile uscita dal cristianesimo. Dioniso prepara il ritorno di Apollo ed i suoi servi neppure lo sanno. Ma il dio della mietitura, lui sì che lo sa ...

### **Guillaume Faye**

Traduzione dal francese a cura di [Stefano Vaj](#)

---

<sup>(25)</sup> Michel Maffesoli, *L'ombre de Dionysos*, Mérien/Anthropos, Parigi 1982.