

Come il modello americano ha colonizzato anche le nostre feste

C'è una parola d'ordine ormai inscindibile dall'idea del Natale nella società contemporanea, anzi tre: comprare, comprare e ancora comprare. Il modello consumistico nato negli Stati Uniti all'indomani della Seconda Guerra Mondiale, creato a tavolino per plasmare una "cultura dei desideri" che garantisse alle aziende di continuare a intascare profitti, ha rapidamente colonizzato il nostro modo di celebrare questa festività, spogliandola del tutto di ogni valore spirituale per renderla la celebrazione massima della società dei consumi.

Questo cambiamento antropologico prevede che, all'interno di una società ormai standardizzata, **l'uomo esista in quanto consumatore**. È il trionfo della cultura materiale, che trasforma anche la sfera spirituale in merce pronta a essere impacchettata e venduta, meglio se con nomi che le conferiscano un carattere esotico - che sia una "dieta zen" o un manuale di "mindfulness nel trading". Grazie a precise tecniche di manipolazione sociale, pubblicità e marketing dettano sapientemente le ultime tendenze in fatto di consumi, quale smartphone costosissimo sia necessario comprare per essere al passo coi tempi o quali capi d'abbigliamento non possiamo non avere nell'armadio.

Un altro aspetto non da poco conto di tale fenomeno è **l'impatto ambientale** che genera. Oltre ai quintali di prodotti acquistati destinati inevitabilmente a trasformarsi in rifiuti, sono in media 80 mila le tonnellate di carta impiegate nel mese di dicembre per confezionare i regali (all'incirca tre chili per ogni famiglia), 125 mila le tonnellate di imballaggi in plastica. Il consumo di energia elettrica cresce all'incirca del 30%, mentre l'86% della popolazione ha ammesso di sprecare cibo, per un ammontare complessivo di circa 500 mila tonnellate di alimenti finite nella spazzatura ogni anno. Per non parlare, poi, dell'inquinamento generato dal trasporto delle tonnellate di prodotti in giro per il mondo.

Eppure, bastano pochi accorgimenti per trasformare le festività natalizie in una celebrazione più sostenibile e autentica, senza necessariamente dover imporre cambi radicali al proprio stile di vita. In questo nuovo numero del **Monthly Report, il mensile d'inchiesta e di approfondimento de L'Indipendente**, ne elenchiamo alcuni, sperando che così possa compiersi il vero miracolo del Natale: ritornare a una dimensione più sostenibile e autentica, creando un beneficio non solo per il proprio portafoglio e per l'ambiente, ma anche per la società.

L'indice del nuovo numero:

- La società dei desideri: come il capitalismo americano ha inventato il consumismo
- Il grande intervallo
- Economia del dono: ieri come oggi il regalo è un atto sociale
- La vera storia del Natale è molto diversa da come la conosciamo

Come il modello americano ha colonizzato anche le nostre feste

- Come la spiritualità orientale è diventata un prodotto commerciale
- I minori sui social subiscono il riflesso del consumismo voluto dagli adulti
- Regali, addobbi e cenoni: l'impatto ambientale delle feste
- Piccola guida per acquisti fuori dalla schiavitù del consumismo
- "Black Friday": il selvaggio west degli sconti veri e presunti
- La tavola della festa: sappiamo realmente cosa mangiamo?

Il mensile, in formato PDF, può essere acquistato (o scaricato dagli abbonati) a questo link: lindipendente.online/monthly-report/