

Il downshifting e la corsa del topo

Testo di Gianroberto Casaleggio tratto dal libro: *“Il Web è morto, viva il web”*

□*The rat race*□, la corsa del topo dentro la ruota, sempre più veloce per rimanere nello stesso punto, è l'immagine più adatta per descrivere il consumatore.

□*Lavorare.Vivere.Consumare*□.

Un concetto che molti vorrebbero scritto in modo indelebile sui muri, come il mussoliniano □*Credere.Obbedire.Combattere.*□ che ancora appare in alcune case di campagna di inguaribili nostalgici.

La società in cui viviamo si basa sul consumo, non sullo sviluppo, ma i due concetti vengono, ad arte, strettamente associati. □*Non c'è sviluppo senza consumo*□ è il messaggio che riceviamo. Se non consumiamo l'economia può fermarsi insieme alla crescita.

La pubblicità, tassa che paghiamo sul prodotto comprato, induce all'acquisto. Se non hai soldi da spendere, ti vengono prestati con l'ovvio interesse da pagare. I messaggi pubblicitari sono sempre più quantitativi, promozionali, di sconti, legati a prestiti di poche migliaia di euro ottenibili con una semplice telefonata.

Non puoi comprare quello che non ti serve? Nessuna preoccupazione, ti aiutiamo ad indebitarti!

Durante le feste natalizie, in una pubblicità martellante trasmessa alla radio, una mamma prometteva a suo figlio di portarlo (la domenica!) all'ipermercato se si fosse comportato bene.

Nel mese di gennaio spesso la notizia di apertura dei telegiornali era dedicata ai saldi. Isis, disoccupazione, Ebola, Ucraina avevano minore importanza.

Questa spazzatura mediatica dovrebbe servire a rilanciare

l'economia? No, ma di certo spinge al consumo.

Juliet Schor, economista di Harvard, riporta nel libro *«The Overspent American»* i dati di una ricerca che dimostrano la connessione tra televisione e consumo: per ogni ora settimanale trascorsa davanti alla televisione, gli americani spendono 208 dollari in più all'anno.

«The rat race», la corsa del topo dentro la ruota, sempre più veloce per rimanere nello stesso punto, è l'immagine più adatta per descrivere il consumatore.

La ruota, è evidente, non porta vantaggi al topo, che è spinto a correre e a consumare sempre di più.

Consumare significa, secondo il Dizionario Etimologico della Lingua Italiana, *«sciupare, adoperare esaurendo in tutto o in parte»*. E' quello che succede al consumatore, che, oltre ai beni acquistati, consuma sé stesso, il suo tempo, i suoi affetti, i suoi interessi, in definitiva la sua vita.

Queste considerazioni sono alla base del movimento [«downshifting»](#). Il termine downshifting fu usato per la prima volta nel 1994 dal Trends Research Institute di New York per indicare il comportamento di persone che barattavano una riduzione anche consistente del loro salario in cambio di maggior tempo a disposizione. Downshifting significa *«adottare uno stile di vita rilassato, più naturale»*.

Per il downshifter il tempo è più importante del denaro, mentre sono disvalori l'accumulo di ricchezza ed il consumo fine a sé stesso.

Il valore assoluto è il tempo e, allora, perché investirlo in consumi non necessari? Perché lavorare un mese intero per comprare un capo firmato, o una settimana per acquistare uno smartphone?

Altri movimenti hanno teorizzato un approccio simile, come gli hippy o i dropout negli anni '60 e '70, ma la loro posizione era anti sistema, quindi più facilmente contenibile. I downshifter sono dentro il sistema e, per questo, molto più pericolosi. L'antesignano del movimento è Duane Elgin, un

americano che, all'inizio degli anni '80, introdusse il concetto di *semplicità volontaria* (voluntary simplicity). Elgin perseguiva un equilibrio tra lavoro, consumo, felicità personale e risorse del pianeta. Un concetto auspicato in seguito da molti, ma scarsamente applicato perché richiede uno spostamento, a livello di massa, dei valori culturali su cui si basa la società consumistica in cui viviamo.

La recessione economica, la globalizzazione, l'evidente degrado del pianeta ed Internet hanno, negli ultimi anni, favorito l'affermarsi del downshifting.

I downshifter stanno crescendo. In Europa le persone che hanno deciso di cambiare il loro stile di vita sono milioni, con un forte incremento negli ultimi anni.

I downshifter provengono da tutte le classi sociali. Lo stereotipo del downshifter di mezza età, con un reddito medio alto e desideroso di trasferirsi in campagna è falso. Chiunque può diventare downshifter e liberare il suo tempo.

Un facile esempio? Si può fare tranquillamente a meno della televisione, che fa consumare tempo (molto) e soldi.

Per diventare downshifter, oltre ad una forte determinazione, è necessario seguire alcune regole pratiche, prepararsi in tempo. Il libro *Down-shifting: The Guide to Happier and Simpler Living* dà alcuni preziosi suggerimenti. La regola base deriva comunque dalla consapevolezza. "Non c'è gestione del proprio tempo senza la conoscenza", come disse Epicuro: *Una ferma conoscenza dei desideri fa ricondurre ogni scelta o rifiuto al benessere del corpo e alla perfetta serenità d'animo*.

Internet è un naturale motore del downshifting. Le variabili base del downshifter, conoscenza e tempo, sono implicite nella Rete. In Internet la conoscenza, che prelude alla capacità di scelta, è quasi assoluta, con costi di accesso sempre più bassi. Il risparmio di tempo è dovuto alla possibilità di lavorare in modo decentrato sul territorio, anche da casa, con una diminuzione del costo della vita. Via Internet si può accedere ai servizi annullando il tempo: banche, pubblica

amministrazione o supermercati sono sempre disponibili.
Internet è l'alleato naturale dei downshifter per cambiare una società basata sulla mobilità e sulla proprietà in una costruita sulla diffusione della conoscenza e sui servizi. Più naturale, non consumistica.

Il downshifter oggi può essere visto come un sovversivo dai grossi gruppi industriali, dai partiti politici, dai media condizionati dalla pubblicità.

Ma il futuro è dalla sua parte: fuori dalla ruota del topo.

*La [Marcia Virtuale](#) per il Reddito di Cittadinanza continua fino al 9 maggio quando ci ritroveremo tutti insieme a Perugia per percorrere 24 chilometri fino ad Assisi per la tappa finale. **Un popolo in cammino per il Reddito di Cittadinanza.***

Supportate il Reddito di Cittadinanza con [l'iscrizione alla Marcia Virtuale](#) e con un messaggio su Twitter con [#marcia5stelle](#). Ci vediamo a Perugia, in alto i cuori!

[ISCRIVITI ALLA MARCIA VIRTUALE per il Reddito di Cittadinanza!](#)