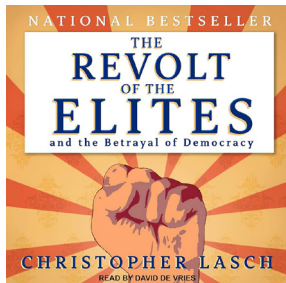


Christopher Lasch

Il mercato tende a universalizzare se stesso: vorrebbe dunque assorbire ogni istituzione, ente, associazione che operi secondo principi antitetici ai suoi. Per il mercato ogni atto deve divenire lucrativo.



Il mercato, si sa, tende ad universalizzare se stesso.

Non coesiste facilmente con istituzioni che operano secondo principi antitetici ai suoi: scuole e università, giornali e riviste, organizzazioni senza fini di lucro e famiglie. Presto o tardi, tende ad assorbirle.



Esercita una pressione quasi irresistibile su qualsiasi attività perché essa si giustifichi nei soli termini che riconosce: diventando un'operazione lucrativa.

Ed ecco allora [...] la decadenza delle istituzioni civiche, dai partiti politici ai parchi pubblici, ai luoghi di incontro informali [...] su di loro, oggi, incombe la minaccia dell'estinzione, man mano che i ritrovi di quartiere cedono il passo agli shopping malls, alle catene di fast foods, ai take away [...]. Gli shopping malls [centri commerciali] sono abitati da corporazioni di transeunti, non da una comunità.

[...] Le città americane hanno perso le attrattive cittadine, la convivialità, la conversazione, la politica [...] in pratica quasi tutto ciò che rende la vita degna di serre vissute.

Quando il mercato esercita il diritto di prelazione su qualsiasi spazio pubblico e la socializzazione deve "ritirarsi" nei club privati, la gente corre il rischio di perdere la capacità di divertirsi e di autogovernarsi.

Christopher Lasch, *La ribellione delle élite. Il tradimento della democrazia*, Feltrinelli, Milano 1995, pp. 101, 106, 109.

Se progettiamo e insieme costruiamo una nuova economia senza fini di lucro, potremo sperimentare e vivere una nuova dimensione comunitaria con al centro l'essere umano consapevole della propria umanità non mercificata e resa schiava del consumo.