

Tra presepe e coriandoli, il marketing non ci lascia tregua

Tra una festa e l'altra abbiamo perso il tempo dell'attesa: il marketing riempie ogni vuoto e ci lascia stanchi, più che felici

Smonti il presepe e l'albero mentre già ti urlano addosso cuori rossi e coriandoli.
Non perché sia arrivato San Valentino o Carnevale, ma perché il marketing non sa aspettare.

Un tempo le feste avevano un inizio e una fine.

C'era un prima e c'era un dopo.

C'era soprattutto uno spazio in mezzo, un tempo lento in cui le cose potevano depositarsi.

Si spegnevano le luci di Natale e restava una specie di silenzio buono, fatto di rientro, di abitudini che tornavano piano, di giorni normali che non avevano bisogno di essere riempiti.

Da bambini quel tempo lo sentivamo tutto.

Il Natale durava davvero fino all'Epifania e poi per un po' pace.

Il tempo pareva più dilatato di ora.

L'attesa faceva parte della festa quanto il giorno stesso.

Le cose non arrivavano tutte insieme, non si accavallavano, non si divoravano a vicenda. C'era il tempo di annoiarsi, di desiderare, perfino di sentire un po' di mancanza.

Oggi no!

Oggi le feste si susseguono senza tregua.

Natale non è ancora finito che arrivano i cuori di San Valentino.

San Valentino non è ancora passato che già compaiono maschere, frittelle, coriandoli.

E mentre stiamo ancora cercando di rimetterci in equilibrio, qualcuno ci sta già parlando della prossima occasione da celebrare, da comprare, da consumare.

Il risultato non è una festa continua.

È una stanchezza continua!

Una sensazione di corsa forzata, di tritacarne emotivo che non lascia spazio al corpo, alla mente, allo spirito.

Quest'anno, io e le persone che mi sono più vicine, abbiamo fatto una scelta semplice:

non farci regali.

Non per mancanza di affetto, ma per proteggerlo.

Per contrastare, nel nostro piccolo, questo marketing furioso che ci spinge a comprare invece di sentire.

Abbiamo deciso di volerci bene in un altro modo:

abbracciandoci, baciandoci,

stando insieme.

Facendoci tante fotografie senza pacchetti, senza carte lucide, senza lustrini.

Cercando qualcosa di più spirituale, più leggero, più vero.

È stato un sollievo.

Per il portafoglio, certo, ma soprattutto per il corpo e per lo spirito.

Niente corse.

Il marketing non conosce il ritmo umano. Non sa cosa significhi fermarsi, decantare, fare spazio.

Non conosce il bisogno di chiudere una cosa prima di aprirne un'altra. Così ci mette ansia,

ci snatura le feste,

le svuota del loro tempo naturale.

Le trasforma in rumore, in obbligo, in prestazione.

Perfino il cibo perde il suo senso.

Non c'è mai un momento per tornare leggeri, per rientrare,
per ristabilire una misura.

Si passa da un eccesso all'altro, da un'eccezione continua che non è più eccezione, ma regola.

E forse dovrebbe essere così per tutte le feste: meno consumo e più presenza.

Meno cose e più tempo. Perché il consumismo ci fa male, ci svena, ci appesantisce.

Non solo il corpo, ma anche l'anima.

Senza tregua non si festeggia.

Senza tregua si consuma,

ci si consuma.

Già mangiare tre volte al giorno, e più, è errato, pensiamo ai nostri avi primitivi, cacciavano e mangiavano se avevano colto la preda, alternativamente il digiuno.

Ora la scienza moderna ci chiede di fare digiuno per 14/ 16 ore per aiutare le nostre cellule a fare autografia con quelle meno in forma...e come si fa tra un eccesso e l'altro?

Dovremmo reinventarci il ritmo della nostra vita,

in generale, sottrarci ai diktat di chi ci vuole ipnotizzare, la ruota del criceto è sempre in movimento con noi spesso dentro.

“Bravo!” a chi riesce a sottrarsi...

Forse non abbiamo bisogno di più feste...

Forse abbiamo bisogno di più vuoti tra una festa e l'altra, di silenzio, di misura, di tempo vero.

Per rigenerare il corpo, la mente e soprattutto lo spirito.

S.S.C.

