

ATTRaverso I SECOLI, OLTRE I CONFINI: UNA STORIA DEI CONSUMI

di Gaia Bruno

La nostra è una società in cui il consumo di beni materiali è centrale. Non è sempre stato così, naturalmente. Quello che può sembrare un dato di fatto è, invece, un dato storico e storicizzabile. Oggi, dopo la crisi finanziaria del 2008-09, più di un interrogativo è sorto sulla sua genesi, sulle sue caratteristiche e sulla sostenibilità futura di un modello di sfruttamento intensivo di beni e risorse a livello globale.

Come la sociologia e l'economia, anche la storiografia del secondo dopoguerra si è occupata dell'analisi del fenomeno. Il tema ha assunto un peso rilevante nella storiografia modernistica¹ di alcuni Paesi², mentre è rimasta più marginale in altri.³ Le analisi più strettamente quantitative sono state poi arricchite dagli anni '80 da una prospettiva culturale⁴ che ha riportato in auge anche la storia della cultura materiale.⁵

In Gran Bretagna la storia dei consumi si può dire originata nell'ambito del dibattito sulla rivoluzione industriale. Secondo alcuni storici britannici, infatti, un incremento quantitativo e qualitativo della domanda, tale da essere etichettato come "rivoluzione dei consumi", avrebbe preceduto e stimolato la rivoluzione industriale.⁶ Di lì questo filone di studi è proseguito molto fruttuosamente, affrontando temi come l'emulazione o l'appropriazione, la differenza di classe, la dimensione di genere, il consumo di lusso, il significato del consumo, la dimensione globale dei consumi.⁷

¹ A. Clemente, *Storiografie di confine? Consumo di beni durevoli e cultura del consumo nel XVIII secolo*, «Società e Storia», CIX, 2005, 3, pp. 569-598.

² Per la Francia va ricordata l'opera pionieristica di F. Braudel, *Civiltà materiale, economia e capitalismo (secoli XV-XVIII)*, vol. II, *Le strutture del quotidiano*, trad. it. Torino, Einaudi, 1993.

³ Anche nell'ultimo decennio gli studi dei modernisti italiani sul tema sono stati pochi. Ricordiamo: B. Bettoni, *I beni dell'agiatezza: stili di vita nelle famiglie bresciane dell'età moderna*, Milano, Franco Angeli, 2005; G. Levi, *Una fonte contabile*, in S. Luzzatto (a cura di), *Prima lezione di metodo storico*, Roma-Bari, Laterza, 2010, pp. 51-68; A. Clemente, *Il lusso «cattivo». Dinamiche del consumo a Napoli nel Settecento*, Roma, Carocci, 2011; G. Tonelli, *Affari e lussuosa sobrietà: traffici e stili di vita dei negozianti milanesi nel XVII secolo (1600-1659)*, Milano, Franco Angeli, 2012.

⁴ P. Burke, *La storia culturale*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 2006.

⁵ Fondamentali gli studi di D. Roche, *Il popolo di Parigi: cultura popolare e civiltà materiale alla vigilia della rivoluzione*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1986; Idem, *Il linguaggio della moda*, trad. it., Torino, Einaudi, 1991; Idem, *Storia delle cose banali: la nascita del consumo in Occidente*, trad. it., Roma, Editori Riuniti, 1999. Per l'Italia R. Sarti, *Vita di casa. Abitare, mangiare, vestire nell'Europa moderna*, Roma-Bari, Laterza, 1999; R. Ago, *Il gusto delle cose. Una storia degli oggetti nella Roma del Seicento*, Roma, Donzelli, 2006; I. Palumbo Fossati, *Dentro le case. Abitare a Venezia nel Cinquecento*, Venezia, Gambier e Keller, 2013.

⁶ G. Riello, *La «società del consumo» nell'Inghilterra del Settecento: trent'anni di studi*, «Ricerche di storia sociale e religiosa», 55, 1999, pp. 41-66.

⁷ Alcuni dei principali lavori apparsi dopo la rassegna di Riello già citata sono: J. De Vries, *The Industrious Revolution. Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008; F. Trentmann (a cura di), *Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, Oxford University Press, 2012; M. Berg (a cura di), *Goods from the East: Trading Eurasia 1600-1800*, London,

Si inserisce a pieno titolo in questo prolifico panorama di studi il libro di Frank Trentmann, *Empire of things. How we became a world of consumers, from the Fifteenth century to the Twenty-first*, edito nel 2016 dalla casa londinese Penguin e tradotto in Italia nel 2017 da Luigi Giaccone per i tipi di Einaudi.

Il libro è il frutto del lungo lavoro dell'autore nel campo della storia dei consumi ed in particolare nasce dopo la sua esperienza di direttore del progetto collettivo *Cultures of consumption* (2002-07).

Scopo principale dell'opera – come spiega l'autore nelle prime pagine dell'introduzione – è comprendere attraverso la prospettiva storiografica come siamo arrivati a vivere in una società pervasa dalla presenza di beni materiali (p. XII, XVII). In questo senso, le idee più comuni sulla società dei consumi risultano ai suoi occhi schematiche e limitative. Con l'intento di arricchire questo quadro, l'autore articola il suo lavoro in due sezioni principali: la prima, con un impianto cronologico di lungo periodo, analizza l'affermarsi della società dei consumi dalla sua genesi agli sviluppi postbellici fino allo scenario attuale; la seconda, invece, vuole fornire una prospettiva storica su alcuni temi "caldi" del dibattito contemporaneo: il credito al consumo, il tempo libero, le fasce d'età in cui si dividono i consumatori, il ruolo dello Stato, il consumo etico, il consumismo nella religione, lo smaltimento dei rifiuti.

La prima questione che l'autore affronta è quella della nascita della società dei consumi. Il suo punto di partenza è l'analisi di quei contesti che secondo gli storici sperimentarono un'imponente crescita nel volume di beni in circolazione. La questione fu posta per la prima volta da Neil McKendrick, John Brewer e J. H. Plumb in *The birth of a consumer society*, opera in cui gli autori collocavano la culla della società dei consumi nel XVIII secolo inglese. Questa tesi, pur molto discussa, diede lo spunto per diversi lavori simili che spostavano questo momento all'Olanda del XVII secolo, all'Italia rinascimentale, o alla Cina dei Ming.⁸ Una tale rincorsa delle origini però non si è rivelata particolarmente fruttuosa. Per questo motivo – sostiene Trentmann – più che sul considerevole aumento della circolazione e della varietà dei beni in queste società, dato ormai acquisito, bisogna soffermarsi sul diverso valore che queste attribuivano ai loro oggetti. Risulta così che i concetti di appagamento del piacere individuale, tempo libero produttivo e ricerca della novità, sarebbero incompatibili con il fine "classista" del consumo nell'Italia rinascimentale (p.18), il valore attribuito all'ozio e la considerazione per le antichità nella Cina dei Ming (p. 43).

Al contrario, i Paesi Bassi del Seicento e la Gran Bretagna del Settecento sarebbero effettivamente la culla di un "nuovo sistema di consumi". Questo non solo per quantità di merci, varietà disponibile, gusto della novità (p. 64), ma soprattutto per la concezione dei beni materiali considerati un'opportunità di benessere collettivo. In sostanza, dunque, Trentmann arricchisce la tesi originatasi dall'opera di McKendrick, non la rinnega.

L'analisi dell'autore prosegue poi con la storia della diffusione delle bevande esotiche a partire dall'età moderna. Da questo punto in poi incontriamo un altro filo conduttore del libro: il ruolo del potere e delle istituzioni politiche nello stimolare e influenzare il consumo. In questa parte del libro l'influenza del potere politico è annoverata tra le cause

Palgrave Publishers, 2015; A. Gerritsen, G. Riello (a cura di), *The Global Lives of Things: The Material Culture of Connections in the First Global Age*, London, Routledge, 2015.

⁸ I riferimenti sono rispettivamente a S. Schama, C. Clunas e R. Goldthwaite, cfr. S. Schama, *Il disagio dell'abbondanza*, trad. it., Milano, Mondadori, 1988; C. Clunas, *Superfluous Things: Material Culture and Social Status in Early Modern China*, Honolulu, University of Hawai'i Press, 2004; R. Goldthwaite, *L'economia della Firenze rinascimentale*, trad. it., Bologna, il Mulino, 2013. Quest'ultimo non nega l'idea di una rivoluzione dei consumi nella Gran Bretagna del Settecento, ma comunque sostiene che importanti cambiamenti nell'ambito dei consumi si erano già verificati nell'Italia del Rinascimento.

dell'affermazione dei nuovi gusti in Europa (p. 78). Esempio tipico di ciò sarebbe la preferenza degli Inglesi per il tè rispetto al caffè dovuta ai maggiori investimenti dell'Impero Britannico nella coltivazione del tè nelle proprie colonie (pp. 88-89).

Altro aspetto interessante nel libro di Trentmann è l'influenza delle idee sul consumo. Con l'aumento dei beni in circolazione – egli sostiene – si ebbe un duplice effetto. Da un lato un'intensificazione dei timori per la corruzione morale a cui poteva condurre il desiderio di beni materiali, di cui fu espressione, ad esempio, la “it-narrative”.⁹ Dall'altro la diffusione di una nuova cultura favorevole ai consumi, particolarmente in Gran Bretagna.

A questo punto Trentmann riprende la questione dell'influenza dei fattori geopolitici sul consumo per parlare dell'Impero Britannico. Una delle cause del decollo economico della Gran Bretagna fu l'impiego massiccio di manodopera servile. Un aspetto meno noto di questa vicenda è il modo in cui schiavi e abitanti delle colonie furono resi consumatori. Da una parte i colonizzatori cercarono di imporre il loro modello di consumo produttivo, come accadde in India, dove il consumo a carattere ostentativo fu fortemente ostacolato (p. 147); dall'altra le élites locali adottarono spontaneamente uno stile di vita europeo visibile, ad esempio, nell'arredamento delle loro case (p. 152-153).

Tra gli anni '70 e '90 del XIX secolo, in conseguenza dell'aumento inaspettato della mole dei consumi, si iniziò ad elaborare una specifica teoria economica del consumo. Nella riflessione di William Stanley Jevons (*Theory of Political Economy*, 1871), ad esempio, molti hanno visto il primo scritto dedicato al consumatore. Anche se Trentmann ci mette in guardia dal considerare questo ed altri scritti come diretti antesignani del concetto di sovranità dei consumatori (p. 159), appare comunque piuttosto attuale la concezione di Jevons nel sostenere che il valore delle merci fosse determinato più dal desiderio del consumatore che dal tempo, dal lavoro e dai materiali necessari per produrle.

Ma a cosa fu effettivamente dovuto questo aumento dei consumi nel XIX secolo? Secondo Trentmann un ruolo fondamentale avrebbero avuto la città e la casa.

Dopo il 1850, infatti, l'urbanizzazione si diffuse su una scala senza precedenti. Le città, però, non erano autosufficienti quanto ad energia e risorse (un antico problema in primo luogo annonario)¹⁰ e consumavano acqua e gas in quantità sempre crescenti. In città – prosegue poi Trentmann – apparvero anche nuove opportunità di consumo collettivo: i grandi magazzini e i luoghi di svago, come cinema e luna park. In questo senso la città fu un fertile terreno per nuovi spazi, tempi e modalità di consumo, che, secondo l'autore, furono occasione per la formazione di un modello di cittadino-consumatore, impegnato nella difesa dei propri diritti (p. 244).

Altrettanto importante nello stimolare i consumi del XIX secolo fu il ruolo dell'ambiente domestico. Secondo Trentmann, un certo timore del conformismo spinse le persone a moltiplicare le spese per l'arredamento e a sviluppare un gusto individuale, fino ad un culto dell'io privato (p. 249). La casa inoltre divenne sempre più un bene di consumo in sé, in un mercato della proprietà immobiliare che andava rapidamente espandendosi (p. 262). Nel Novecento i consumi domestici sarebbero ancor più aumentati con l'ingresso nelle case degli elettrodomestici e della radio, veicoli degli ideali moderni di *comfort*, *pulizia*, *privacy*¹¹ e intrattenimento.

⁹ Romanzi dal significato moraleggiante con oggetti-narratori, F. Trentmann, *L'impero delle cose*, p. 103.

¹⁰ Cfr. B. Marin, C. Virlovet (a cura di), *Nourrir les cités de Méditerranée. Antiquité-Temps modernes*, Paris, Maisonneuve&Larose, 2003.

¹¹ Un concetto anche questo del quale si sono cercate le radici in età moderna, cfr. A. Pardailhe-Galabrun, *La naissance de l'intime: 3000 foyers parisiens: XVII-XVIII Siècles*, Paris, Presses Universitaires de France, 1988.

Questo degli ideali culturali è un aspetto particolarmente importante per l'autore, per il quale la transizione dalla società industriale a quella dei consumi, riscontrabile nell'avvento di questa nuova "ideologia", sarebbe cominciata già alla fine dell'Ottocento e non intorno al 1950, come vuole l'interpretazione classica. Dunque il cambiamento di prospettiva culturale sul possesso dei beni, il ruolo degli Imperi, l'urbanizzazione e i consumi domestici, visti in queste pagine, sarebbero tutti fattori alla base dell'avvento del consumismo contemporaneo.

Da qui l'autore si dedica all'analisi del consumismo nel suo periodo aureo, quello successivo alla seconda guerra mondiale, le cui caratteristiche furono descritte da Galbraith in *The affluent society* (1958). I concetti di individualismo, libertà, mercato, americanizzazione (p. 305), presenti in quest'opera, secondo Trentmann, vanno ridiscussi.

Innanzitutto il nesso tra consumo e libero mercato: negli U.S.A. il consumo non è sempre stato delegato al solo mercato, come dimostrarono le politiche sociali attuate dopo la crisi del '29. Inoltre anche gli Stati totalitari intervennero nei consumi, sebbene mirassero ad alimentare sogni più che ad esaudirli. In secondo luogo, va rivista per l'autore anche l'associazione tra consumo e ideale di libertà americano: furono le società europee, uscite destabilizzate dalla seconda guerra mondiale rispetto alle precedenti gerarchie di classe, genere e razza, a creare questa associazione.

Infine la tesi dell'americanizzazione. Molti intellettuali europei negli anni Sessanta accusarono gli U.S.A. di imporre un modello di consumo standardizzato e conformista, distruggendo le identità nazionali. Tuttavia secondo l'autore numerosi sono gli esempi che ridimensionano questa tesi.

Il confronto con i Paesi dell'Est europeo, per dirne una, rivela che in essi i consumi si svilupparono indipendentemente dal modello statunitense, come economia sommersa contro la forte penuria di beni in U.R.S.S.

Inoltre, se si considera l'arrivo in Europa del supermercato, uno degli emblemi del consumismo all'americana, si può evidenziare un processo di adozione mediata e non di importazione acritica di un modello.

Chiude la sezione cronologica del libro il capitolo dedicato all'analisi del massiccio e repentino sviluppo attuale del consumismo in Cina e in India e di quello nel Giappone degli anni '80. Secondo Trentmann, lo sviluppo in questi Paesi è stato generato dagli stessi fattori che hanno agito in Europa: l'irrobustirsi della classe media, la diffusione dell'urbanizzazione, la nascita del concetto di *comfort* domestico, l'orientamento verso la spesa discrezionale, la tendenza ad acquisire la proprietà immobiliare; solo che, a differenza dell'Europa, il passaggio da società rurali a industriali a consumistiche è stato rapidissimo a causa delle caratteristiche peculiari di quei contesti: il senso di indipendenza individuale e autosufficienza fortemente inculcato nei giovani sotto il regime maoista; la propensione al risparmio dei giapponesi; le politiche del governo di Nehru.

La differenza con l'Occidente si rivela poi in altri aspetti. Uno di essi è il rapporto tra Stato autoritario e consumo. Come dimostra la Cina, il consumatore può esistere in assenza di libertà democratiche, anzi può divenire un puntello del regime laddove il consumo è usato per mantenere consenso e compattezza sociale, almeno nello scenario attuale.

Con l'esame dello scenario asiatico si conclude la sezione cronologica del libro.

La sezione tematica, come è stato detto sopra, si confronta direttamente con i temi del dibattito contemporaneo sul consumo. Significativamente l'autore prende le mosse dal ruolo del credito al consumo, ritenuto uno dei fattori scatenanti della crisi del 2008-09. Le tecniche di pagamento dilazionato, spiega l'autore, non sono imputabili in sé, perché esistono già da molto tempo (p. 467). Con questo egli intende rimandare all'apparizione di forme primitive di carte di credito o ai pagamenti rateali all'inizio del Novecento, ma un ulteriore

approfondimento avrebbe potuto chiarire che la contemporaneità non è l'unica ad aver fatto ricorso a questi mezzi creditizi.¹² Pertanto una causa diretta della crisi va cercata nell'uso sconsiderato dei crediti estratti sui mutui per l'acquisto della casa, i cosiddetti *sub-prime* (p. 490), che costituisce solo l'ultimo capitolo della diffusione massiccia dei conti correnti, delle carte di credito e di infiniti prodotti finanziari, a livello globale, negli anni '80-'90.

Un altro dei temi che alimenta il dibattito contemporaneo riguarda il ritmo della nostra vita. È vero che il consumismo ha permeato il nostro tempo rendendoci "criceti nella ruota" che rinunciano persino al riposo domenicale, pur di lavorare, guadagnare e spendere di più? L'autore ci spiega che si tratta di una percezione relativa: ad essere peggiorata, infatti, è la qualità delle ore libere (interessante a questo proposito l'U-index, l'indice di tempo trascorso in attività sgradevoli, p. 521), e non la loro quantità, che anzi è cresciuta negli ultimi decenni (p. 540). Perciò l'autore preferisce utilizzare la nozione di "tempo discrezionale", cioè il tempo di cui ciascuno può fare l'uso che crede, invece che quella di "tempo libero" (p. 519).

Oltre ad influenzare il nostro tempo, il consumo ha anche un'azione nel definire l'identità, un'idea di cui la storiografia ha tenuto conto nell'analisi delle differenze di classe e di genere, ma meno in quella delle differenze d'età. Tesi di fondo in questo caso è che il consumismo abbia creato tre nuove categorie di consumatori: i bambini, gli adolescenti, gli anziani. Il rapporto tra infanzia e consumismo è molto delicato. Nel dibattito pubblico sono molto diffusi i timori per la perdita dell'innocenza che l'assedio di beni materiali potrebbe provocare ai bambini. D'altra parte, però, i settori di mercato specifici sono tra i più lucrosi. In questo caso la storia mette in luce il progressivo riconoscimento dei diritti dei bambini come consumatori, piuttosto che alimentare il mito di un'infanzia del passato incontaminata dal mercato. Gli adolescenti, invece, sarebbero "nati" nel secondo dopoguerra grazie alla maggiore disponibilità di denaro proprio e più tempo e occasioni per spenderlo (p. 573). Per quanto riguarda gli anziani, stare in ozio dopo una vita intera al lavoro è diventato progressivamente un diritto e un'occasione per spendere in svaghi (p. 581), prodotti specifici, viaggi e trattamenti *anti-age* (p. 590). Nonostante siano ormai fuori dal mercato del lavoro, gli anziani hanno recuperato un ruolo attivo nella società come consumatori (pp. 590-591).

A questo punto Trentmann riprende quanto detto più di una volta a proposito del ruolo dello Stato. Secondo liberisti e neoliberisti, i tre pilastri del consumo sarebbero scelta, individualismo e mercato; qui l'autore, invece, intende evidenziare il ruolo altrettanto importante delle aziende e del settore pubblico degli Stati contemporanei nel promuovere i consumi. Le aziende hanno contribuito a questo processo sia con modelli olistici (le città aziendali), sia con servizi singoli (la mensa, pp. 606-623). La spesa pubblica dello stato sociale ha avuto un ruolo ancora più centrale, giacché essa è cresciuta moltissimo accanto a quella privata nel secondo dopoguerra, in particolare nei settori dell'alimentazione, ricreazione e cultura.

Dopo di ciò l'autore si sofferma a riflettere sull'influenza del consumo sullo spazio. Il commercio etico può essere visto come l'ultimo dei tentativi di moralizzare l'economia da parte dei cittadini-consumatori (p. 673). Diverso il discorso per il gusto del prodotto locale, che da una parte è una reazione alla provenienza globale, impersonale e invisibile dei prodotti (p. 681), dall'altra non è estraneo al retaggio di inclinazioni nazionalistiche (p. 683). Infine è degno di nota il ruolo dei flussi migratori nel favorire la nascita di nuovi consumi (p. 687): il mescolamento di diverse culture materiali che ha portato alla nascita di fenomeni *fusion* è particolarmente evidente quando si parla della cucina etnica nata negli anni '70 (pp. 695-705).

¹² A. Arru, M. R. De Rosa, C. Muldrew (a cura di), *Debiti e crediti*, «Quaderni Storici», XLVI, 2011, 2.

Un altro oggetto dell'analisi di Trentmann, è quello del rapporto tra consumismo e religione.¹³ I dati sulla percentuale di crescita del numero di fedeli di varie religioni smentiscono l'idea che il consumismo abbia soppiantato la religione (p. 707). Il discorso qui, però, è soprattutto concentrato sul ruolo della vendita di beni di consumo per finanziare la vita di molte chiese americane, che, come è noto, non ricevono finanziamenti statali (p. 712). Dall'altra parte del mondo, Trentmann descrive il rapporto tra Islam e beni di consumo. La condanna del consumismo occidentale non ha inibito del tutto il consumo nei paesi islamici, anzi ha favorito la nascita di un mercato alternativo di prodotti conformi alla cultura religiosa, come ad esempio cosmetici e abbigliamento femminile (pp. 717-723).

L'ultimo capitolo del libro è dedicato all'analisi della fase finale della vita degli oggetti, quella in cui essi diventano rifiuti. Il tema si lega saldamente al problema dell'impatto ambientale del nostro stile di vita. I problemi qui discussi sono: l'evoluzione delle tecniche di smaltimento dei rifiuti; l'ingresso dei beni nel circuito dell'usato; la loro riparazione o conservazione (pp. 762-774); il concetto di "metabolismo" delle nostre società, cioè quel flusso di materiali che servono per produrre e smaltire un bene (pp. 774-787).

Una delle chiavi di lettura del libro nel suo complesso si può trovare in quanto aveva scritto lo stesso Trentmann qualche anno fa (2012), introducendo il volume da lui curato *Oxford Handbook of the History of Consumption*.¹⁴ In quelle pagine l'autore annunciava l'intenzione di attuare un programma di rinnovamento della prospettiva da cui tradizionalmente il tema del consumo è stato affrontato dalla storiografia. Tale programma comprendeva un ampliamento dell'orizzonte cronologico dell'analisi, una diversa prospettiva spaziale, una maggiore enfasi sul ruolo delle istituzioni pubbliche come promotrici del consumo, una rassegna dei diversi tipi di consumo e delle loro motivazioni.¹⁵

Un ulteriore intento dell'autore, meno sottolineato, ma presente, era poi quello di superare la frammentazione che caratterizza l'attuale storiografia sui consumi, dopo decenni di sviluppo proficuo, ma incontrollato. Questo spiega il carattere enciclopedico de *L'impero delle cose*, che, tra l'altro, si propone di mettere in ordine una vasta quantità di temi e acquisizioni sulla storia del consumo.

Effettivamente questo libro risulta coerente con gli intenti programmatici già annunciati dal suo autore. Alcune riflessioni, però, sorgono sull'esito dell'attuazione di questo programma.

Innanzitutto a proposito di cronologia e periodizzazione. Come abbiamo visto e come viene annunciato nel sottotitolo, Trentmann sceglie una periodizzazione di lunga durata che parte dal XV e arriva al XXI secolo. Per un tema come la storia dei consumi la cronologia di ampio respiro appare quanto mai opportuna. Come Fernand Braudel ha insegnato a generazioni di storici, infatti, esistono aspetti della storia che si possono cogliere appieno solo adottando una prospettiva di lunga durata;¹⁶ la vita materiale e il consumo fanno pienamente parte di questi temi.¹⁷ Un'opera così approfondita che tenga insieme e faccia dialogare i risultati della storiografia d'età moderna con quelli sull'età contemporanea è senz'altro molto importante. Eppure questa scelta può rivelarsi un'arma a doppio taglio.

¹³ Sul rapporto tra religioni e mercato cfr. G. Delille, *L'economia di Dio. Famiglia e mercato tra cristianesimo, ebraismo, Islam*, Roma, Salerno, 2013.

¹⁴ F. Trentmann (a cura di), *Oxford Handbook*.

¹⁵ Idem, pp. 17-18.

¹⁶ F. Braudel, *Histoire et sciences sociales. La longue durée*, «Annales E.S.C.», 4, 1958, pp. 725-753, ora in Idem, *Scritti sulla storia*, Milano, Bompiani, 2016, pp. 37-72.

¹⁷ F. Braudel, *Civiltà materiale*.

Significativa in questo senso è la questione della genesi della società dei consumi, che abbiamo visto discussa nel primo capitolo. Sappiamo già che qui l'autore sostiene che i Paesi Bassi del Seicento e la Gran Bretagna del Settecento si sarebbero collocate all'inizio di un percorso che attraverso l'imperialismo ottocentesco e la crescita successiva alla seconda guerra mondiale avrebbe portato infine al nostro attuale consumismo. Sorge però il dubbio che questo percorso progressivo finisca col mettere in ombra delle importanti differenze culturali tra società di antico regime e società attuali. Se è vero, infatti, che alcuni pensatori del XVIII secolo iniziarono a percepire la ricchezza e il lusso come un'opportunità e non come un peccato, è anche vero che il possesso di beni e la possibilità di venderli non costituivano necessariamente la priorità nell'universo culturale di quegli uomini. Questa visione tende a sottovalutare la pervasività di ideali e pratiche come quelle religiose, ad esempio, che costituivano un riferimento culturale imprescindibile sia nel mondo cattolico che in quello protestante.

La posizione dell'autore si evidenzia anche nelle categorie concettuali che usa. Il termine "consumo", prevale su quello di "consumismo" e, soprattutto, su quello di "società dei consumi". Una più chiara definizione che differenzi il consumo dal consumismo avrebbe forse giovato a distinguere tra società che consumano beni e società che sono consumatrici, cioè che si pongono come obiettivo ultimo e fine ideale il consumo.

Un'ulteriore osservazione riguarda l'uso delle fonti. Il libro per il suo stesso carattere compilativo si basa su molte fonti diverse. Ciò costituisce una ricchezza quando si affronta un'unica questione, ma quando questioni diverse vengono affrontate attraverso fonti diverse, può risultare fuorviante. Prendiamo ad esempio la tesi della moltiplicazione delle merci disponibili in circolazione nel contesto anglo-olandese di età moderna. Questo assunto si basa largamente sul computo dei beni trascritti negli inventari *post mortem* (p. 45, p. 51), una fonte che spesso presenta omissioni, reticenze o semplici assenze.¹⁸ L'immagine della Cina Ming attesta, invece, una maggiore varietà di beni e una loro più intensa circolazione tra le classi sociali, ma – come spiega l'autore – essa si basa su testi di osservatori sociali, romanzieri e autori di opere di gestione domestica e di buon gusto (p. 34). Fonti diverse restituiscono immagini diverse.

Il secondo obiettivo di Trentmann è, come abbiamo detto, quello dell'ampliamento della prospettiva spaziale. Dal punto di vista dell'inclusione nell'analisi della storia del consumo dei Paesi extraeuropei, l'obiettivo è sicuramente raggiunto: ampie e dettagliate sono le sezioni relative a Cina, India e Giappone. C'è da chiedersi però quanto l'accostamento di contesti aggiunga alla comprensione storica. La tendenza attuale della storiografia è senz'altro quella di porsi in una prospettiva che è passata rapidamente da mondiale a globale¹⁹ anche nella storia dei consumi,²⁰ un'esigenza nata opportunamente dal superamento dei paradigmi della storia nazionale (e nazionalistica) e dall'emergere della voce storiografica nei paesi decolonizzati. Questo tipo di approccio, però, nel concreto delle analisi finisce per riproporre un problema metodologico non nuovo: qual è la prospettiva di "scala" che si rivela più efficace per comprendere la Storia? Quella "micro" del singolo o di pochi casi, o quella "macro" delle grandi comparazioni?²¹

¹⁸ G. Riello, *Things seen and unseen*, in P. Findlen (a cura di), *Early modern things: objects and their histories, 1500-1800*, London Routledge, 2013, pp. 125-150.

¹⁹ L. Di Fiore, M. Meriggi, *World history: le nuove rotte della storia*, Roma-Bari, Laterza, 2011, pp. 23-27.

²⁰ Per fare un esempio B. Aram, B. Yun-Casalilla (eds.), *Global Goods and the Spanish Empire, 1492-1824. Circulation, Resistance and Diversity*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014.

²¹ J. Revel (a cura di), *Giochi di scala. La microstoria alla prova dell'esperienza*, trad. it., Roma, Viella, 2006; A. M. Rao, *Dalla storia sociale alla microstoria*, in G. Vacca (a cura di), *La crisi del soggetto*, Roma, Carocci, 2015, pp. 125-142.

Nella seconda parte del libro, l'impiego di quello che Trentmann definisce «realismo storico» costituisce a nostro avviso l'aspetto più riuscito e innovativo dell'opera. Con questa espressione egli intende spiegare che la storia può offrire una prospettiva più realistica sui cambiamenti avvenuti nel corso del tempo e, con questo, un nuovo modo di pensare ai problemi attuali (p. 803). Infatti nel dibattito contemporaneo l'approfondimento storico è certamente carente e viene relegato a curiosità erudita invece che a elemento della «scatola degli attrezzi» (p. 789) a nostra disposizione per la comprensione della realtà che ci circonda. Per fare un esempio possiamo rimandare alle pagine dedicate al gusto per i prodotti di provenienza locale (pp. 680-686). Grazie alla prospettiva storica, l'autore dimostra non solo che la provenienza locale su larga scala è ormai impossibile, ma anche che le tecniche di conservazione e trasporto, che spesso sono oggetto dei timori dei consumatori per il loro carattere anonimo, invisibile e impersonale, hanno migliorato drasticamente la possibilità delle persone di usufruire di una dieta variegata (p. 686).

In conclusione, anche se le dimensioni dell'opera non la rendono immediatamente accessibile ad un pubblico non specialistico, nondimeno la presa di posizione in prospettiva storica su temi importanti della nostra vita contemporanea, cui Trentmann dà vita con queste pagine, costituisce un'operazione importante contro la tendenza della nostra società dei consumi a riflettere su se stessa in modo spesso superficiale e frettoloso.

Giornaledistoria.net è una rivista elettronica, registrazione n° ISSN 2036-4938. Il copyright degli articoli è libero. Chiunque può riprodurli. Unica condizione: mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da www.giornaledistoria.net.

Condizioni per riprodurre i materiali --> Tutti i materiali, i dati e le informazioni pubblicati all'interno di questo sito web sono "no copyright", nel senso che possono essere riprodotti, modificati, distribuiti, trasmessi, ripubblicati o in altro modo utilizzati, in tutto o in parte, senza il preventivo consenso di Giornaledistoria.net, a condizione che tali utilizzazioni avvengano per finalità di uso personale, studio, ricerca o comunque non commerciali e che sia citata la fonte attraverso la seguente dicitura, impressa in caratteri ben visibili: "www.giornaledistoria.net". Ove i materiali, dati o informazioni siano utilizzati in forma digitale, la citazione della fonte dovrà essere effettuata in modo da consentire un collegamento ipertestuale (link) alla home page www.giornaledistoria.net o alla pagina dalla quale i materiali, dati o informazioni sono tratti. In ogni caso, dell'avvenuta riproduzione, in forma analogica o digitale, dei materiali tratti da www.giornaledistoria.net dovrà essere data tempestiva comunicazione al seguente indirizzo redazione@giornaledistoria.net, allegando, laddove possibile, copia elettronica dell'articolo in cui i materiali sono stati riprodotti.