

Natale ad agosto

2 Settembre 2015

Da Rassegna di Arianna del 31-8-2015 (N.d.d.) Il prestigioso grande magazzino Selfridges di Londra, su Oxford Street, ha inaugurato lo spazio dello shopping natalizio già il 3 agosto. Un primato di cui i responsabili vanno fieri. In Italia la Rinascente si adegnerà inaugurando il Christmas shop a inizio ottobre. Gli altri marchi, come Oviessa e Coin, seguiranno a ruota ai primi di novembre. Perché tanto anticipo? Perché c'è clientela anche prima di Ferragosto, soprattutto da parte dei turisti in visita sul Tamigi. Un adeguamento dei tempi della festa alla "fretta" del mercato: da anni non vediamo forse spuntare torroni e panettoni sui banchi del supermercato due mesi prima di Natale? Nulla di dissacrante, nonostante l'effetto straniante di acquistare palline di Natale con una temperatura che supera i 30 gradi. Del resto la messinscena delle decorazioni e delle luci ha molto poco di spirituale e di religioso e rappresenta quello spirito del Natale indotto per il quale non c'è più bisogno delle pagine di Dickens: basta recarsi al centro commerciale. Alle origini di questa mentalità, insegnava il grande storico Jacques Le Goff, c'è il dilatarsi del "tempo del mercante" a tutto svantaggio del "tempo della Chiesa". Il tempo dei chierici è lo stesso dei contadini, ritmato dagli uffici religiosi, per il quale può bastare una "grossolana clessidra". Tutto cambia nello spazio urbano che si organizza a partire dal XIII secolo: il tempo diventerà pian piano quello profano e laico misurato dagli orologi. Il tempo si professionalizza, diviene malleabile e, come tutto ciò che è misurabile, ha un prezzo legato ai margini di profitto che l'astuzia del mercante predispone con la previsione della durata di un viaggio, di una compravendita, dei tempi di una contrattazione. Ora, nei Comuni medievali o nei borghi artigiani della Francia, il tempo sacralizzato non viene del tutto espulso dall'orizzonte laico: esso serve comunque come alternativa al tempo profano per dedicarsi a preghiere e opere pie e dunque per acquietare la coscienza del ceto borghese emergente.

Oggi il tempo sacralizzato è scomparso: i meccanismi professionali dettano le agende di tutti. Non è detto che sia un vero progresso: il tempo della festa era quello che interrompeva il ciclo ordinario dei giorni e dei mesi. Ma doveva manifestarsi esattamente ogni anno nello stesso modo. Guai a violarne il ritmo. A guastarne l'armonia. Accettando le leggi del marketing natalizio il rischio è di far evaporare in una nube glitterata con lo spirito del Natale anche quello della festa. Ne vale la pena? Annalisa Terranova