

se stare a casa sta diventando un'abitudine

Gli effetti sociali della pandemia

Pietro Del Soldà

Chissà chi inventò quel racconto, citato da Montaigne, di una contadina che aveva preso a cullare tra le braccia un vitellino appena nato e che, per consuetudine, continuò a farlo anche quando il cucciolo era ormai diventato un grosso bue. La lezione, per il filosofo, è che l'abitudine, «maestra di scuola violenta e traditrice», ci impedisce persino di alzare gli occhi per guardarla in faccia e a poco a poco, senza che ce ne accorgiamo, ci mette addosso il piede della sua autorità. «Dal volto furioso e tirannico» essa plasma i pensieri, i gesti e le percezioni ed è inesorabile nel determinare il nostro modo di stare al mondo, spingendoci per giunta a respingere le usanze altrui come stranezze inappropriate.

Anche la pandemia, tra i suoi effetti sociali, politici ed economici ancora da determinare, ci ha messo in braccio un vitellino che noi culliamo da due anni con lo stesso zelo della contadina di Montaigne e che oggi sembra cresciuto davvero troppo perché ce ne possiamo liberare facilmente. In un rapporto sui comportamenti dei consumatori del 2021, il McKinsey Global Institute indica alcuni cambiamenti fondamentali radicatisi in molti di noi sin dal primo *lockdown* e destinati a rimanere. Tra questi, l'aumento evidente del commercio *online* (con le note conseguenze di natura occupazionale, sociale e urbanistica), la diffusione della telemedicina e l'esplosione di quell'insieme variegato di scelte di consumo che gli analisti del *think tank* raccolgono sotto l'espressione *home nesting*, che letteralmente significa fare della propria casa un nido sempre più confortevole, acquistando oggetti d'arredamento, per il giardinaggio o per la ginnastica e altri beni e dispositivi che agevolino non solo il lavoro da remoto, ma anche lo svago dentro le mura domestiche. Anche dopo il Covid, assicura McKinsey, tenderemo a uscire di casa meno di prima. Difficile immaginare come andrà a finire, speriamo che si sbagliano.

In ogni caso, il fenomeno mette in luce un rapporto ambivalente che questa fase storica eccezionale intrattiene con la nostra natura di esseri abitudinari. Da un lato, infatti, la pandemia ha solo accelerato una tendenza in atto: la società globalizzata e interconnessa mette da tempo a dura prova l'egemonia della consuetudine che invece per Plinio, citato da Montaigne, è sempre stata «la potentissima signora di

tutte le cose». Muta di continuo e si precarizza il lavoro, frammentandosi in contratti a termine (prevalenti e sempre più brevi nel 2021 in Italia) o nei “lavoretti” della gig economy, che impediscono di abituarsi al proprio ruolo e ai rapporti con i colleghi; s’infragilisce la famiglia, pur restando una risorsa preziosa come welfare di ultima istanza per precari e disoccupati; sono sempre più volatili le relazioni sentimentali, in parte plasmate dagli algoritmi delle app di incontri che peraltro, in questi due anni, sono state il «luogo» principale in cui incontrare persone nuove. La pandemia ha cioè radicalizzato questi e altri processi di rottura continua dei ritmi e degli equilibri consolidati e a noi più familiari, gettandoci in un flusso sempre più rapido di trasformazioni imprevedibili e talvolta destabilizzanti.

E questo è un problema grosso almeno quanto il bue della contadina di Montaigne, perché noi siamo le nostre abitudini. Montaigne stesso assicura che, se astraiano il nostro Io dalle sue consuetudini, ci rimane solo «un’entità vuota e cava». Anche se poi, di quel «pieno» fatto delle usanze più bizzarre e di etnocentrismi in perenne conflitto, egli stesso opera una radicale decostruzione mostrandone l’irrazionalità e invitando il saggio a separare la sua anima libera dalla folla e ad assecondare le opinioni comuni solo esteriormente.

Ma i cambiamenti repentini a cui siamo sottoposti non si limitano a imporci un frenetico adattamento, né ci aiutano a relativizzare le nostre abitudini spalancando magari quello spazio interiore libero dalle mode auspicato da Montaigne. Al contrario, una novità come l’*home nesting* è il sintomo del nostro chiuderci in difesa di fronte a tanta imprevedibilità. La pandemia, dunque, da una parte ha contribuito a rendere ancora più traballante il ruolo guida delle abitudini durature, dall’altra parte ha alimentato in noi una passione per la chiusura e la tendenza ad abbarbicarci al nostro piccolo regno domestico, voltando le spalle al mondo esterno e limitando al massimo i contatti con l’alterità. Esempi: l’infodemia da Covid ha ingigantito il fenomeno delle eco chamber sul *web*, intrecciandosi con quella ossessione identitaria che è il fenomeno politico più rilevante di questi anni; molti di noi si sentono non solo più stressati e ansiosi (come conferma l’Oms), ma anche più guardinghi, più pigri e meno curiosi; viaggiare lontano sembra una sfida per pochi eletti e temerari e, intanto, diminuiscono le sorprese che ci potrebbero capitare anche a due passi da casa, se solo tornassimo ad aprire quelle che William Blake chiamava «le porte della percezione».

Rimane però un piccolo spazio per chiedersi: possiamo fare qualcosa di diverso dal rinserrarci nelle nostre *comfort zone* rafforzate da questa sorta di *lockdown* a bassa intensità che, secondo alcune previsioni, continueremo a imporci anche quando non ci saranno più motivi sanitari? Risuona ancora, da qualche parte dentro di noi, il

desiderio di avventurarci oltre i confini del già noto, nella convinzione di poter trovare là fuori, e non qua dentro, ciò che rende la vita entusiasmante, ricca e degna di essere vissuta?

© RIPRODUZIONE RISERVATA