

13 gennaio 2026

Editoriale. Politica e consumi. Abbiamo perso curiosità e desideri

di [Vincenzo Donvito](#)

Cittadini e consumatori, siamo in grado di discernere senza appartenere ad una tribù? Ci piace la politica di appartenenza? Per esempio, al referendum costituzionale di marzo sulla separazione delle carriere dei magistrati, voteremo perché ci piace o meno il governo in carica o perché - informati sui quesiti - riteniamo di essere d'accordo o meno?

Acquistiamo un abito o un prodotto perché è funzionale ad uso e desiderio, o perché ci piace la persona famosa (ora vanno di moda gli sportivi...) che lo pubblicizza o perché acquistandolo ci sentiamo appartenente ad un gruppo sociale, alla moda?

Nel caso della politica, visto che a votare ci va meno della metà degli aventi diritto, sembra che, anche se per appartenenza, solo 1 cittadino su 2 scelga. E se in teoria la metà che non partecipa crede di essere esente da responsabilità su ciò che decide l'altra metà... non funziona così: le decisioni di chi vota ricadono comunque anche su chi non vota.

Nel caso dei consumi, invece, le persone coinvolte, a parte i pochi eremiti culturali e i "poveri" sempre in crescita, sono un po' tutte le persone che scelgono.

Sembra che questo accada perché una parte rilevante - cittadini - abbia smesso di percepirsi come attori, persone che si potrebbero confrontare con il potere, con responsabilità e decisione. Percependo di essere marginali: "qualunque cosa voto... tanto fanno come gli pare".

I consumatori, a loro volta, a parte i marginali per scelta e/o necessità, sudditi eccitati dei mercati, hanno smesso di confrontarsi con gli stessi, ed hanno perso il potere di condizionare. Seguono gli algoritmi dei propri telefonini e/o social: allampanati individui circolano per strade e negozi, guidati da telefonini addestrati dai "padroni" di questi stessi algoritmi. Consumano indirizzati da proprie precedenti scelte, credendo che quello sia il mercato e non - come invece è - una nicchia creata ad arte. Altroché consumatore globalizzato... manipolato!!

Entrambi - cittadini e consumatori - non accettano la complessità, non valutano costi e conseguenze. Agiscono come tribù, seguono le identità, molto poco consapevoli. Non prendono o lasciano rispetto a propri desideri e necessità. La coerenza (appartenenza) civica ed economica conta più di efficacia e risultati.

[Qui il video sul canale YouTube di Aduc](#)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

[**DONA ORA**](#)