

Memoria storica o bene di consumo

Recentemente la Senatrice Liliana Segre ha dichiarato: "Mi piacerebbe molto incontrare Chiara Ferragni e invitarla a visitare con me il Memoriale della Shoah. Ho visto che con suo marito Fedez si impegna sul sociale, mi piacerebbe conoscerla. Il suo esempio potrebbe portare qui tanti ragazzi".

Si tratta di affermazioni che suscitano un importante interrogativo: che significato occorre attribuire, in una società, alla memoria storica relativa ad eventi come l'Olocausto?

Trasmetterne la conoscenza alle giovani generazioni è fondamentale soprattutto in chiave di costruzione di una consapevolezza civica: il nostro essere maturi cittadini di oggi è strettamente legato a quale sia il nostro grado di conoscenza della nostra storia e della storia dell'intera umanità.

Il nostro essere maturi cittadini di oggi è strettamente legato al nostro bagaglio culturale: alla conoscenza di cui siamo portatori e alla spinta verso un sapere che è infinito e che richiede, in ognuno di noi, uno sforzo importante per non fermarci, per non commettere l'errore di pensare di sapere.

Ma la memoria storica, in quanto tale, non può essere considerata alla pari di un bene di consumo.

La memoria storica non è merce da esporre in un centro commerciale sotto luci sfavillanti per renderla più appetibile al consumatore.

Nel momento in cui la si tratta come merce, la memoria storica diviene altro: appunto bene di consumo, slogan, prodotto pubblicitario.

E la memoria storica diviene nuda merce soprattutto se si attribuisce il compito di diffonderla a chi, come un influencer, del proprio essere egli medesimo bene di consumo ha fatto una professione.

Considerare i giovani come dei meri seguaci di un prodotto pubblicitario come l'influencer personalmente lo trovo aberrante.

I giovani vanno stimolati attraverso lo sviluppo del loro spirito critico, non del loro acritico aderire a stili di vita e a modi di essere propagandati in chiave consumistica da un sistema che sull'omologazione del pensiero ha una delle proprie basi di sopravvivenza.

Nei nostri giovani c'è molto di più di quello che li stiamo costringendo a mostrare.

Il gravissimo pericolo insito nella mercificazione della memoria storica si concretizza nel fatto che, come tutti i beni di consumo, anche la memoria storica rischierebbe di finire nel circuito della raccolta indifferenziata e del riciclo.

Ma allora che cosa rimarrà del nostro passato?

E del nostro futuro?

