



di **Redazione Senza Tregua**

da [senzatregua.it](http://senzatregua.it)

“Milioni di prodotti. Milioni di storie”. La voce suadente della pubblicità accarezza lo spettatore, mentre Amazon rivendica la propria imponente capacità di movimentare una enorme massa di merci. Le teste d'uovo dell'area marketing devono aver trascorso notti agitate davanti al loro MacBook, tracannando caffè americano e spremendosi le meningi, alla ricerca di una buona trovata. Il prodotto ti arriva presto, a casa o nel vicino Amazon locker, è vero. Ma per un'azienda la cui missione è lo stockaggio e la distribuzione delle merci non è certo facile vestirsi da principessa e dimostrare in modo credibile che c'è qualcosa di più oltre al grigiore degli scaffali e dei nastri trasportatori.

E allora le storie! Un prodotto non è solo un prodotto, ma è un pezzo della vita di chi lo acquista. E il suo racconto può sollecitare un'ampia gamma di sentimenti e passioni umane. Il desiderio di prevalere, di essere stimato, che passa attraverso l'acquisto di una macchina sportiva. Il bisogno di piacere e di sedurre, che passa per l'acquisto di un buon profumo. Per non parlare delle evidenti simbologie sessuali, chiamate in causa ogniqualvolta si promuove un prodotto alimentare da bere, addentare, succhiare.

Ma Amazon non è certo così gretta. Le “storie” che la sua pubblicità racconta al pubblico assumono risvolti etici, sono appelli al cuore: “mio figlio si sentiva diverso dagli altri bambini, ma con Amazon ho finalmente comprato delle forbici per mancini”. Rispettiamo le differenze, e diamo loro pari dignità. Siamo una ditta che innalza la bandiera dell'uguaglianza! Nessuno discrimini barbaramente i bambini mancini, o se la vedrà con il CEO di Amazon... In Amazon c'è la tua vita, c'è la storia della tua maternità o del tuo essere padre, c'è il sorriso di tuo figlio e il suo odore inconfondibile. Ripetuto per milioni di utenti, fa milioni di storie.

C'è un primo, banalissimo inganno in questa pagliacciata. Amazon ti fa arrivare il prodotto, mica lo fabbrica. Quindi in che diamine di modo la tua storia, legata a quel prodotto, dovrebbe essere legata ad Amazon? Al massimo è legata all'azienda produttrice di quel prodotto, che Amazon ha contribuito a portarti.

L'altro inganno, più grave, è che la pubblicità occulta la storia del prodotto, proprio mentre pretende di raccontartela. Tutta la storia che hai diritto ad ascoltare è la storia del consumo. Sei un utente e un consumatore, del resto, e come tale ti riconosciamo, e devi tu stesso riconoscerti. Nella favola del capitale, non sei altro che un portafoglio, e tutto funziona. Ma è davvero tutta qui la storia? O c'è una storia che Amazon non può raccontarti?

La pubblicità non ci racconta certo le cronache delle aspre lotte sindacali e dei grandiosi scioperi dei lavoratori della logistica. Non ci racconta delle loro pessime condizioni di lavoro, non ci racconta in che modo Amazon può farti arrivare il prodotto: sfruttando il lavoro degli operai, costretti a ore di intensità folle, in cui percorrono a perdifiato chilometri all'interno del magazzino, o debbono restare a lungo fermi, ripetendo gli stessi pochi gesti, sottoposti al ritmo incessante del nastro trasportatore. Nella storia confezionata da Amazon, tutto questo non compare. Né compare la fatica della schiena del facchino, che a casa non può più prendere in braccio i figli per i dolori, ma i pacchi di Amazon è costretto a sollevarli!

E bisognerebbe risalire ancora più indietro, nella "storia" di quei "prodotti". Agli operai che hanno estratto le materie prime, che le hanno lavorate. Ai lavoratori della conoscenza, che hanno progettato quel prodotto e le tecniche per produrlo. Agli altri operai, che lo hanno fabbricato. Ma tutto questo, nelle "storie" del capitale, è tenuto ben nascosto.

"Persone oltre le cose", recita un altro slogan nello spot della Conad. Non siamo un supermercato qualunque, caro acquirente. Non devi temere l'impersonalità e la freddezza della grande distribuzione, qui trovi gente genuina, rapporti umani veri. Non siamo robot. Né tu, varcando la soglia del negozio, entri soltanto in rapporto con delle cose, con degli oggetti. Rapporti umani, persone in carne ed ossa. Peccato, però, che per il capitale le persone non siano altro che cose. Il lavoratore è trattato come una cosa, come un oggetto, senza riguardo per le sue qualità umane, i suoi bisogni e i suoi sentimenti, e spesso non può staccarsi neppure per andare a pisciare. Questa disumanità del lavoro comandato dal capitale non appare nei suoi spot, ma neppure nelle nostre coscienze, quando ci sentiamo consumatori: quando non riconosciamo che, dall'altra parte del rapporto di compravendita, c'è un lavoratore come noi, e che "dietro" la merce che compriamo c'è la storia, quella vera, di altri lavoratori come noi.

Come insegnava Marx, la merce è un arcano. Ogni prodotto che acquistiamo e utilizziamo, si presenta come una cosa, ma contiene persone. Persone che, nel corpo di quel prodotto, non possono comparire. Nella merce che compriamo, nella "cosa" che ci mettiamo in borsa, non appare neppure l'ombra delle "persone" che hanno fatto sì che quella cosa potesse esistere. Nei "prodotti", non appare mai la loro vera "storia".

La vera storia è una storia di dominio e di oppressione. Di sopraffazione costante sul posto di lavoro. Di vulnerabilità ai licenziamenti. Di mancato rispetto della dignità della persona. Di assenza totale di riguardo per il disastro ecologico che incombe sul pianeta. È la storia di

rapporti economici tra le classi sociali, che finché non si verificherà un cambiamento totale del sistema resteranno rapporti di sfruttamento finalizzati all'aumento del profitto di una classe a spese dell'altra.

La classe sfruttata, la classe dei lavoratori, deve per prima cosa liberarsi dalle favole del capitale. Dal racconto che ci vuole sempre consumatori, e mai produttori oppressi. La classe operaia deve raccontare la sua storia, che è la vera storia di quei milioni, anzi miliardi di prodotti, fabbricati da operai sfruttati e trasportati da lavoratori sfruttati. Una storia di rapporti sociali che, nonostante l'immenso progresso tecnologico dell'umanità, sono ancora rapporti preistorici! Rapporti sociali invecchiati, mantenuti in piedi da una ristretta oligarchia capitalistica in procinto di perdere i suoi privilegi e la sua proprietà illegittima, costruita sulla quotidiana rapina ai danni di chi lavora.

Solo la classe dei lavoratori, la maggioranza assoluta della società, può davvero rimettere al centro le persone, oltre le cose. Solo la classe dei lavoratori, cosciente di essere massa, unita in una fratellanza militante, può spezzare l'assurdità di questo sistema e il suo carico di costi, ingiustizie, miseria, fame e guerra. La vera dignità umana è nella rivoluzione socialista.