

LEZIONI:**ore 10,00 – 12,00**

Giovedì 19.03.2026

Giovedì 26.03.2026

Giovedì 02.04.2026

Giovedì 09.04.2026

Giovedì 16.04.2026

Giovedì 23.04.2026

Giovedì 30.04.2026

Giovedì 07.05.2026

Contributo € 60,00

**IL L'IMPERO DELLE
COSE:****come siamo diventati
consumatori****docente UTE****Tullio Sorrentino**

La storia viene spesso percepita dalle persone meno informate, dal vasto pubblico (e troppo spesso anche dagli studenti...) come un sapere cumulativo, nozionistico e mnemonico.

L'economia, a sua volta, viene considerata come un sapere arido e tecnicistico, per addetti ai lavori -una "scienza triste"- come la definì il saggista e filosofo scozzese dell'età vittoriana Thomas Carlyle.

In realtà, la storia che qui si propone è vista attraverso l'universo dei consumi, delle mode, dei comportamenti sociali e degli ambienti artificialmente costruiti dagli uomini (città, corti, metropoli, luoghi di commercio e scambio, luoghi di svago e di divertimento...) e naturali (territori noti e inesplorati, europei ed extraeuropei...). Si crea così un affresco vivace dell'umanità che si dedica sempre più ad utilizzare ciò che essa stessa va producendo, sino ad immedesimarsi con l'infinità di merci e beni che essa stessa realizza, accompagnando ogni fase dell'esistenza umana, "dalla culla alla tomba". Non si seguirà la narrazione "classica" di un mondo occidentale e capitalista che invade e soverchia il resto

del pianeta, ma si evidenzierà come siano avvenuti fenomeni “di ritorno” e di vera e propria osmosi tra i mercati (e i modi del consumo) occidentali e le altre parti del mondo, in un gioco di sottomissione ma anche di fascino imitativo.

In una prospettiva non eurocentrica -bensì attenta all'incontro (e, spesso, purtroppo, scontro...)- tra le civiltà si snoda un percorso aperto a ulteriori sviluppi in dialogo con il pubblico dei frequentanti del corso, per sondare mode, aspetti di costume e sociali, posizioni nelle gerarchie, rapporti tra i sessi (o i “generi”?...) e le “razze”.

Si toccheranno anche aspetti linguistici, comunicativi e mediatici che hanno realmente prodotto modalità di relazioni umane e ambienti in una crescente “globalizzazione”.

Divertire e intrattenere in modo consapevole e socialmente aperto, qui si pone lo scopo di questa proposta didattica per una storia nella quale ognuno di noi si riconosca immerso quotidianamente, in una realtà che ormai risulta inseparabile dal nostro privato e dai momenti pubblici, senza trascurare l'indignazione civile per i fenomeni di asimmetria crescente tra “ricchi” e “poveri” nel pianeta.

1) Culture del consumo: oltre la rigida contrapposizione domanda/ offerta, Beni di lusso o oggetti di consumo?

2) Una “scienza triste”? Ma se per capire il mondo delle merci (e le mentalità che ha generato e i crescenti consumi...) bisogna viaggiare tra Oriente e Occidente, Nord e Sud del mondo!

3) *Il potere imperiale delle cose: la scoperta del consumatore e “il valore aggiunto”.*

4) *Scenari in continuo movimento : le città. Le merci “abitate”: la casa.*

5) *Bilanci opulenti nell’era delle ideologie.*

6) *Consumi, mode e comportamenti sociali individuali e di massa.*

7) *Verso una nuova acquisizione e consapevolezza etica: il territorio, l’ambiente; le opportunità di scelta, oltre il mercato, scelte etiche e “mercato equo”.*

8) *Una società “usa e getta”?*

Come consueto, si propone nuovamente ai corsisti di costruire insieme un sapere attivo e utile a “vivere” e “interpretare” il presente. Le lezioni, oltre che dell’esposizione “frontale” del docente, si avvarranno della partecipazione attiva e delle domande del pubblico, indispensabili per tenere vivo il dialogo filosofico.