

ECONOMIA COME MITO

Nel 1989 il crollo del Muro di Berlino sanciva il fallimento totale di un progetto politico che aveva tradito le speranze di interi popoli in un mondo più giusto. Da allora ha prevalso la retorica ossessiva che solo il capitalismo nella sua versione neoliberalista avrebbe garantito le “magnifiche sorti e progressive” all’umanità, per dirla con un’espressione di T. Ma-

nasconde dentro di sé, a suo modo, la tendenza all’imperialismo...” (n.21-22), e che “accanto alle miserie del sottosviluppo, che non possono essere tollerate, ci troviamo di fronte a una sorta di supersviluppo... che rende facilmente gli uomini schiavi del possesso e del godimento immediato... È la cosiddetta civiltà dei consumi, o consumismo, che comporta tanti scarti

Occorre andare a fondo e prendere in considerazione l’immagine di uomo che fa da supporto a questa strutturazione politica. Ci aiuta, ancora una volta, don Achille Rossi con le pagine del suo libro “Il mito del mercato”, che preferisco citare testualmente per non rovinarne la forza e la chiarezza(1). Secondo questo lucido prete umbro, nella nostra società l’economia occupa un posto indebito, quello della «funzione fondamentale». L’uomo non sta in piedi semplicemente perché è nato biologicamente, ma ha bisogno di un orientamento nella vita, per non sprofondare nella distruzione.

“Nelle società antiche e in quelle non ancora raggiunte dalla modernità tale ruolo è svolto dal sacro... che permette di sperimentare che la vita ha ancora un senso e una qualche bellezza anche in condizioni socio-economiche terribili. Nel medioevo, in Occidente Dio svolgeva il ruolo di funzione fondamentale; perciò non era in discussione, era vero come la luce che illumina ogni mattino. E probabilmente non è un caso che la radice sanscrita della parola Dio, dyau, faccia riferimento alla luce: senza questa luce essenziale l’umanità dell’uomo sprofonda.

Successivamente, nella stagione dell’Illuminismo, sono state le ideologie a ricoprire tale ruolo. Oggi si parla spesso ingenuamente di fine delle ideologie, come se questo passato ce lo fossimo lasciato alle spalle, e con altrettanta ingenuità si dimentica che le ideologie hanno tenuto in piedi l’umanità delle persone. (...) Nel nostro tempo il ruolo di sostenere l’umanità dell’uomo è svolto dal funzionamento della macchina economica. (...) È come se l’economia si sdoppiasse: da una parte l’economia che conosciamo, la produzione cioè di beni e servizi,



miani, ripresa dal cugino Giacomo Leopardi nella poesia “La ginestra” e poi utilizzata più volte negli ultimi decenni per inneggiare al nostro modello di sviluppo, che oggi però sembra manifestare non pochi limiti e contraddizioni, sulle quali ci siamo soffermati nei due numeri precedenti.

Nel 1987, nell’enciclica “Sollicitudo rei socialis”, un documento tra i più coraggiosi e profetici, Giovanni Paolo II affermò che “la dottrina sociale della Chiesa assume un atteggiamento critico nei confronti sia del capitalismo liberista sia del collettivismo marxista... Ognuno dei due blocchi

e rifiuti... Tutti noi tocchiamo con mano i tristi effetti di questa cieca sottomissione al puro consumo: prima di tutto, una forma di materialismo crasso, e al tempo stesso una radicale insoddisfazione, perché si comprende che... quanto più si possiede tanto più si desidera, mentre le aspirazioni più profonde restano insoddisfatte e forse anche soffocate (n.26).

LA FUNZIONE FONDAMENTALE

Ci troviamo di fronte a un effetto perverso. Come mai sviluppo, produttività e mercato, che sono aspetti positivi e dovrebbero favorire la vita, si trasformano in aspetti negativi?

“All'interno di questo meccanismo economico-produttivo la persona si riduce alla sua voglia. Mi sembra, questa, una parola più appropriata di desiderio, che indica qualcosa di più nobile, più alto e che ha già una connotazione relazionale”



l'allocatione ottimale delle risorse e tutto ciò che si insegna nei corsi di economia; dall'altra l'economia come funzione fondamentale che assicura l'umanità all'uomo. Così il funzionamento del sistema economico finisce per assumere un ruolo mitico e per diventare invisibile. È visibile come grande marchingegno economico, ma è invisibile in questa funzione di sostegno dell'umanità dell'uomo (pag.25-27).



L'ARTICOLAZIONE DEL MITO

Forse abbiamo poca familiarità con il termine “mito”. Il nostro pensiero va ai racconti mitologici delle varie culture antiche oppure nel nostro linguaggio ci capita a volte di dire: “sei un mito”. *“In senso proprio il mito è ciò che crediamo senza nemmeno esserne coscienti; è come la luce: fa vedere ma diventa esso stesso invisibile. (...) È ciò che sta accadendo oggi al sistema dominante: non lo si vede più, come mito naturalmente, perché per tutti gli altri aspetti è fin troppo visibile. Ad esempio, sembrerebbe*

assurdo, o quantomeno strano, che si debba produrre più di quanto serve. La ragione non è di carattere economico, ma ha a che fare col mito: solo se produci entri nell'ambito del reale e sei riconosciuto come persona significativa. E ancora: la necessità di lavorare tante ore ogni giorno non dipende unicamente dall'obbligo di incrementare la produttività, ma dal fatto che il lavoro è fatto di partecipazione al reale.

(...) Al centro dell'articolazione mitica contemporanea c'è il desiderio del consumatore. Questa è la molla che spinge avanti tutto il meccanismo economico-produttivo; senza desiderio non ci sarebbe né produzione né profitto. Di qui la necessità di mantenerlo sempre vivo o addirittura incrementarlo con la pubblicità, perché se il desiderio dovesse calare sarebbe la fine, il sistema imploderebbe. (...) All'interno di un simile meccanismo la persona si riduce alla sua voglia. Mi sembra, questa, una parola più appropriata di desiderio, che indica qualcosa di più nobile, più alto e che ha già una connotazione relazionale. Una tale voglia separa ogni individuo da tutti gli

altri, lo rende avido perché ha l'obbligo di consumare e lo mette in competizione. (...) Non c'è alcun senso dei legami comunitari, ma solo un individuo potenzialmente in guerra con tutti. È la realizzazione pratica del bellum omnium contra omnes di cui

parlava Hobbes nel sedicesimo secolo, all'epoca in cui il potere dei mercanti ha separato l'etica dall'economia e dalla politica e ha dato origine all'individualismo moderno e alla religione del mercato”.

È chiaro a tutti noi che per soddisfare questa “voglia” lo strumento indispensabile è il dio denaro, con il quale si risolve ogni problema. Non a caso il luogo della convocazione sacra non è più la chiesa, ma il centro commerciale, dove ciascuno può appagare le proprie voglie. Ma l'esito è paradossale. *“Uomo creato*

da questo funzionamento del mito è una creatura superficiale e senza profondità, come se avesse perduto l'orizzonte interiore. (...) In fondo un uomo solo, che patisce una terribile povertà di relazioni e che cerca di coprire questo vuoto esistenziale con l'aspezzatura degli impegni e l'accumulo di oggetti. A rendere meno tragica la fuga da se stessi ci pensa l'industria dell'evasione e del divertimento. (...) Sembra che l'uomo dell'Occidente contemporaneo sia entrato in una spirale perversa: ci sono i mezzi tecnici per ripartire i beni, ma non si riesce a farlo; ci si accorge che la produzione è eccessiva, ma si continua a gonfiare ancora i bisogni; tutti gli indicatori ci parlano del pericolo che incombe sulla specie umana a causa di una civiltà miope, eppure ci si rassegna al mondo così com'è. (...) Quando le generazioni future fra qualche centinaio di anni scriveranno la storia di questo nostro tempo, si chiederanno come mai nel ventesimo secolo gli uomini erano così accecati da non vedere in quale abisso stavano precipitando” (pag.33-39).

(1) “Il mito del mercato” è un libro che non si trova facilmente in libreria, ma di don Achille Rossi - fra l'altro divulgatore del pensiero altissimo di Raimond Panikkar - si trovano interessanti interventi in Internet. ♦