

Sul consumismo

Sergio Ricossa

1. Un saggio di Karl Polanyi, intitolato *Aristotele e la società opulenta* (1), ci ricorda quanto antica sia la critica del consumismo. Secondo Polanyi, «la filosofia economica di Aristotele dipendeva dal concetto della comunità umana e criticava il nascente scambio commerciale come contrario alla buona vita... Verso la metà del IV secolo dei cittadini rispettabili facevano apertamente soldi col commercio. Per Aristotele questo era innaturale, quasi scandaloso. Certamente non meritava approvazione sociale... Questa forma innaturale di commercio che trascendeva l'autarchia nacque, secondo Aristotele, dal bisogno di fare denaro accompagnato da una distorsione della buona vita, deviata dalle attività pubbliche appassionanti e soddisfacenti verso una brama di beni materiali: sempre di più di ogni cosa. Ne consegue che sotto il dominio di una scala di valori utilitaria la brama di denaro è senza limiti».

S'intende che, con l'eccezione di pochi avari, non si brama il denaro per il denaro, ma il denaro per ciò che può procurare. Inoltre, il capitalismo moderno (quanta strada è stata fatta dal IV secolo a.C.) non si fonda esattamente sulla regola: sempre di più di ogni cosa, ma piuttosto su quest'altra regola: sempre cose nuove. Il mercato deve evitare la sazietà dei consumatori, per continuare a far profitti. L'innovazione merceologica è indispensabile al capitalismo, mentre l'innovazione tecnologica gli è soltanto utile. Marx lodava il capitalismo per la sua enorme capacità di offerta, ma ancor più straordinaria è la sua capacità di suscitare la domanda, senza la quale l'offerta non

Il testo riprende qua e là alcune considerazioni svolte con taglio diverso in S. Ricossa, *La rivoluzione dei consumi*, in corso di stampa.

BIBLIOTECA DELLA LIBERTÀ, XXIII (1988), aprile-giugno, n. 101.

troverebbe sbocco. E i consumatori domandano solamente se non sono già sazi, solamente se sono stuzzicati di continuo da nuovi beni, di cui sentono via via il desiderio, cioè la scarsità. In questo senso, come dice l'antropologo Sahlins, «il sistema industriale di mercato istituisce le scarsità in maniera completamente nuova e in un grado mai prima sfiorato» (2).

Nel capitalismo i consumatori sono «sovrani» perché si fanno produrre ciò che vogliono (nei limiti del denaro da spendere), e soprattutto perché i produttori offrono quel che i consumatori non vogliono ancora, ma si spera vorranno quando lo conosceranno. I produttori non aspettano la domanda, la suscitano, l'anticipano (3). L'iniziativa è dei produttori, assai più che dei consumatori, i quali per esempio non potevano chiedere la televisione prima che qualcuno la inventasse e la proponesse. I consumatori sono continuamente chiamati a «imparare» nuovi modi di consumo e quindi di vita. La pubblicità commerciale, allora, occupa un posto di primo piano nel sistema, e non può essere diversamente.

Finché si tratta di soddisfare bisogni primari, non c'è molta differenza da consumatore a consumatore, e si sa che cosa e quanto produrre. Il gioco si fa molto più complicato quando cessa la fase della mera soddisfazione dei bisogni, la fase «autarchica» secondo Polanyi, e inizia la fase del «superfluo», che è poi la fase della ricerca del piacere o della felicità (obiettivo che entrò addirittura nella dichiarazione americana d'indipendenza del 1776). Qui ciascuno può fare a suo modo, se vive in una società libera, e il mercato è neutrale verso le differenti preferenze degli individui, nel suo ambito non discrimina, benché certe preferenze vadano accolte fuori del mercato. Tuttavia, le macchine producono a più basso costo ciò che è prodotto in più grande serie, e pertanto favoriscono una qualche uniformità anche nel superfluo: il mercato non respinge il consumatore «eccentrico», ma talvolta gli fa pagare la sua peculiarità.

Come prima conclusione, è evidente che il capitalismo pauperistico, di cui si favoleggiava nell'Ottocento, è impossibile. Il capitalismo o è consumistico (opulenzistico) o muore; esso però riesce, o quanto meno è riuscito finora, a esserlo, e quindi prospera. Questo ha inspiegabilmente colto di sorpresa le sinistre politiche, che devono rivedere le loro strategie, perché, come scrive Tranquilli, nonostante «l'enorme differenza di livello filosofico» tra il benessere capitalistico e gli ideali del socialismo e del comunismo, è sempre meno agevole per il movimento operaio «distinguere a sufficienza i propri orizzonti da quelli dell'opulenzismo [di mercato] e dalla sua ideologia» (4).

Così l'arco anticonsumistico si estende da Aristotele al movimento operaio odierno, o meglio a coloro che pretendono di guidare il movimento operaio odierno in nome del socialismo e del comunismo. Sotto questo arco stanno i rappresentanti delle scuole filosofiche più disparate, che però hanno in comune l'avversione per quanto secondo loro ha distorto la «buona vita» e per gli strumenti della distorsione: dapprima «il commercio che trascendeva l'autarchia», infine, con un crescendo impressionante, il capitalismo moderno, col suo progresso tecnologico e merceologico. La denuncia forse più veemente viene da un filosofo cattolico, che parla di «diffusione di un oppiaceo e animale benessere... Consumismo e terrorismo sono opposti che si richiamano a vicenda... Il progresso tecnico non si è accompagnato con un adeguato rispetto per l'uomo. Questa assenza di rispetto (e che cos'è l'assenza di rispetto se non la violenza?) unifica consumismo e terrorismo» (5).

Cerchiamo di comprendere le ragioni della protesta, o almeno quelle più ripetute e più condivise dalle varie scuole, senza pretendere di esaurire una rassegna che, per essere completa, dovrebbe abbracciare millenni di pensiero. In seguito, ci sforzeremo di opporre alle accuse la difesa tentata da un filone forse minoritario della cultura occidentale: forse minoritario e certamente più recente, ma non per questo da dimenticare.

2. C'è innanzi tutto il pericolo che l'attività economica, rivolta a far denaro per consumi superflui, costringa a deviare dalla «buona vita», che Aristotele identificava con la vita pubblica al servizio della *polis*. Esiste in generale un modello «superiore» di vita, dal quale si chiede di non allontanarsi, e che non è mai un modello economico, ma spesso è un modello antieconomico, cioè avverso all'attività lucrativa. Per il cristiano non sarà la vita pubblica, bensì la vita religiosa. Per Marx la «buona vita» era il comunismo integrale (e ciò che lo preparava), ossia esplicitamente la fine dell'economia, la fine della necessità economica, la fine della scarsità di beni, la fine del lavoro eseguito per forza, del lavoro-pena, che va sostituito col lavoro-gioia.

Quel che si sacrifica, il consumo superfluo, è nulla rispetto alla «buona vita» che si ottiene in cambio. Marx chiamava l'espansione dei prodotti e dei desideri «schiava ingegnosa e sempre calcolatrice di appetiti disumani, raffinati, innaturali e immaginari» (6). Siamo lontani dalla posizione edonistica di Wilde, fra i cui paradossi celebri

troviamo questo: «Datemi il superfluo, rinuncerò al necessario». Invece, il socialismo e il comunismo adottano il punto di vista tradizionale che l'austerità è virtuosa e che la ricchezza va posta al servizio della «buona vita», non viceversa.

Un altro luogo comune è, più che l'inutilità, la disutilità della ricerca del superfluo, ciò che Leopardi esprime bene nello *Zibaldone* là dove si chiede che guadagno faccia l'uomo a «incivilire», a «incorrere ogni giorno in nuovi patimenti (i bisogni non sono per lo più altro che patimenti) che prima non aveva, e poi trovarvi rimedio» (7). Da una considerazione del genere John Stuart Mill trasse la proposta dello stato stazionario come ideale politico (una proposta cui anche Keynes sarà sensibile): «Non so perché si dovrebbe esser lieti, se alcune persone che sono già più ricche di quanto vi sia bisogno di essere, raddoppiassero i loro mezzi di consumare cose che danno scarso piacere, salvo come rappresentative della ricchezza». Egli giudicava che soltanto nei paesi arretrati una maggiore produzione rimanesse uno scopo importante; altrove no, perché «la condizione migliore per la natura umana è quella in cui, mentre nessuno è povero, nessuno desidera di divenire più ricco, né deve temere di essere respinto indietro dagli sforzi degli altri per avanzare» (8).

Nello stato stazionario di Mill il progresso merceologico non trova più posto, e il progresso tecnologico deve rivolgersi unicamente alla diminuzione dei tempi di lavoro (o alla sostituzione del lavoro-pena col lavoro-gioia), scopo che Marx avrebbe condiviso. Ma Marx più di Mill sottolineava l'incompatibilità dello stato stazionario col capitalismo di mercato, ovvero con un sistema in cui «ogni uomo spera di creare all'altro un nuovo bisogno, per costringerlo a un nuovo sacrificio, per ridurlo in una nuova dipendenza e indurlo a un nuovo modo di godimento, e però di rovina economica» (9). La tesi si può proseguire fino ad affermare che le preferenze individuali nel capitalismo non sono libere, ma fortemente condizionate dalle perversità insite nel motivo del profitto, il quale orienta la produzione.

In breve: la ricerca del superfluo darebbe scarsa soddisfazione, causerebbe anzi dei patimenti, manterrebbe nella vile necessità economica, allontanerebbe dalla «buona vita» e per giunta non sarebbe libera, ma al contrario risponderebbe a una sorta di violenza contro la persona. A tutto questo si aggiunge che il cosiddetto progresso tecnologico e merceologico, ossia la crescita dell'artificiale, rischia di non rispettare la natura né l'uomo che è dentro la natura. Il motivo ecologico è oggi di moda, tuttavia anch'esso non è affatto

nuovo: è di tutti i tempi e si associa alla paura dell'uomo di penetrare nel segreto e nel proibito, mentre cerca di violare le leggi di natura, di abusarne, scatenando forze incontrollabili e meritando di essere punito per la sua impudenza e la sua superbia. I miti di Prometeo, di Icaro, dei costruttori babilonesi, e lo stesso racconto biblico della caduta di Adamo dopo aver mangiato i frutti dell'albero della conoscenza, stanno a indicare quella nostra comune condizione psicologica. Tecnica e magia si sono confuse a lungo, e la magia era più nera che bianca.

Dall'avversione dei filosofi cinici per i manufatti al luddismo demolitore delle macchine, fino alle campagne odierne contro l'energia nucleare, un filo continuo lega innumerevoli episodi di timore e di ripulsa nei confronti della tecnica e dei suoi prodotti. E persino quando per eccezione il sentimento è opposto, vale a dire è entusiastico, trionfalistico, esso di solito non manca di riferirsi a un qualcosa di «demoniaco» che nella tecnica sarebbe insito (si pensi alla locomotiva di Carducci). Anche il marxismo, che pure sulla tecnica conta molto e in senso prometeico, la presenta in fondo come se si trattasse di una sfida blasfema lanciata dall'uomo alla divinità, veicolo dell'uomo in moto verso l'onnipotenza.

Non è qui il luogo di approfondire la valutazione della tecnica nella filosofia moderna, da Heidegger a Del Noce e a Severino. Ci è sufficiente aver ricordato come il quadro critico del consumismo non è completo senza l'inserimento del problema del progresso della tecnica, quella tecnica da cui il consumismo tanto dipende. Non dimentichiamo, però, che accanto al progresso tecnologico deve stare il progresso merceologico, per una corretta visione di quanto qui ci interessa.

3. Le voci a difesa del consumismo, o almeno di alcuni tipi di consumismo, non mancano, sebbene forse siano minoritarie nell'ambito della cultura occidentale (e a maggior ragione fuori della cultura occidentale). Esse hanno per lo più tenuto in debito conto le critiche sopra accennate, critiche che per la loro insistenza e la loro diffusione non potevano certo essere ignorate. Hume e Smith non avevano anzi difficoltà ad ammettere, anch'essi, che l'azione economica prolungata oltre il minimo necessario possedeva un che di irrazionale, o forse addirittura che la vita stessa stentava a essere giustificata dalla mera ragione. Come si esprime Ignatieff parafrasando Hume: «Il futuro della vita sul pianeta Terra dipende dal fatto che il desiderio non si

ferma di fronte al calcolo razionale, e così il progresso umano... È il 'felice artificio della natura', la forza di persuasione proveniente dai nostri bisogni e desideri, a darci la convinzione che le nostre fatiche prometteiche non sono vane» (10).

Ignatieff aggiunge, parafrasando questa volta lo Smith dei *Moral Sentiments*: «In teoria, potrebbero aver ragione gli stoici: i 'grandi giochi del desiderio umano', potere e ricchezza, non valgono certo la candela, né ci danno l'immunità dalle prove cruciali della vita umana: ansietà, paura, dispiacere, malattia, pericolo e morte. Ma per fortuna, prosegue Smith, 'la natura ci inganna in tal guisa'. Le cieche certezze del desiderio sono la mano invisibile che spinge gli esseri umani a imprese di fronte a cui invece la ragione vacillerebbe». Per Smith, ovviamente, questo inganno (*deception*) operato dalla natura era provvidenziale perché gli uomini cambiassero il volto del globo con la loro operosità e creatività, e pervenissero a una più grande moltitudine di abitanti (11).

Più di recente Ortega y Gasset ha ribadito la «naturalità» dell'azione economica e tecnica: «Il benessere, e non l'essere, è per l'uomo la necessità fondamentale, la sua necessità delle necessità... L'animale è atecnico: gli basta vivere. Ma l'uomo è uomo perché per lui vivere significa, fin dal principio e da sempre, vivere bene. Ecco quindi che è *a nativitate* tecnico, creatore del superfluo. Uomo, tecnica e benessere sono in ultima istanza sinonimi» (12). Quel di più che l'uomo naturalmente possiede rispetto all'animale lo costringe a cercare il superfluo. Ma Ortega, mentre identificava la «buona vita» col benessere, non mancava di insistere che vi sono infinite qualità diverse di benessere.

«Mentre il vivere puro e semplice, il vivere in senso biologico, è una grandezza fissa, definita una volta per tutte per ciascuna specie, ciò che l'uomo chiama vivere la buona vita o il benessere è un termine sempre mobile, illimitatamente variabile... E pure la tecnica sarà una realtà proteiforme» (13). E ancora: «La tecnica, soverchiamente piena di possibilità, è mera forma vuota, come la logica più formalista; non è in grado di determinare il contenuto della vita. Ecco perché gli anni in cui viviamo [1933], i più intensamente tecnici che ci siano stati nella storia umana, sono da annoverare fra quelli più vuoti» (14).

Fermiamoci un momento a considerare alcune conseguenze dell'impostazione di Ortega. Moltiplicando le scelte possibili, il progresso tecnico amplia pure il problema della libertà e della responsabilità individuale. Non si è responsabili se non si è liberi, e non si è liberi se la scelta è obbligata. Ma il progresso tecnico (e quello

scientifico parallelo), estendendo il nostro potere di azione e gli effetti conseguenti, ed estendendo altresì la nostra conoscenza di tali effetti, complica il problema morale. Un tempo bastava badare agli effetti sul «prossimo», su chi ci stava vicino; oggi avvertiamo che le conseguenze delle nostre scelte si ramificheranno nello spazio e nel tempo a grande distanza. Forse alcuni effetti saranno positivi, altri negativi, ma diventa arduo farne la somma algebrica del valore per decidere se nel complesso prevale il buono o il cattivo (15).

L'uomo moderno, che può vivere molte vite (16), ha più che mai bisogno di chiedersi *quale* vita vivere. La risposta, secondo Ortega, non spetta al tecnico in quanto tale. «Quale facoltà dell'uomo o quale tipo d'uomo è un profondo conoscitore dei progetti di vita? Il poeta, il filosofo, il fondatore di una religione, il politico, lo scopritore di valori? Non lo stabilirò io [Ortega]; è sufficiente riconoscere che il tecnico li presuppone e che questo implica una differenza di rango che c'è da sempre e contro cui è inutile protestare». In realtà, parallelamente allo sviluppo dell'economia capitalistica basata sul mercato di concorrenza, c'è stata anche l'evoluzione in senso pluralistico del concetto di «buona vita» (i due fenomeni sono collegati): non c'è più un modello dominante di «buona vita», ve ne sono parecchi alternativi e in gara fra loro.

Per Aristotele la «buona vita» era soltanto la vita pubblica, perché gli antichi concepivano la libertà come partecipazione alle attività della *polis* e per il bene della *polis* (17). La libertà dei moderni è affatto diversa, come ha testimoniato la *querelle* fra gli illuministi francesi (18), e va intesa in senso eminentemente privato: non al modo dell'antica Atene, e ancor meno al modo di Sparta, bensì secondo i nuovi indirizzi mostrati dall'Olanda del Seicento, dall'Inghilterra, dalla Svizzera, dagli Stati Uniti, ossia dalle nazioni borghesi. E all'ideale di vita «spartana» è andato sostituendosi l'ideale in cui alle virtù di sempre, patriottiche e religiose, si sono aggiunte o talvolta sostituite virtù economiche, mediante le quali la persona produttiva si procura a piacere gli agi e le comodità a lei più confacenti e resi disponibili dal progresso tecnologico e merceologico.

Se c'era stato un influsso calvinistico e puritano nello spirito del primo capitalismo, le conseguenze più durature non sono state minimamente il rifiuto del consumismo (rifiuto che d'altronde il capitalismo non potrebbe permettersi), ma l'esaltazione del risparmio come premessa a un maggior consumo futuro. Ci fu comunque un generale, graduale «addolcimento» delle religioni e delle morali (19).

Bentham cercò addirittura di risolvere la morale in «calcolo felicifico», ciò che impregnò di utilitarismo l'intero secolo XIX. Insomma, tutto ha contribuito a far sembrare lecito e rispettabile il consumismo, a liberarlo dai tabù e dalle maledizioni di un tempo, sebbene questo sia avvenuto principalmente nelle nazioni a più forte cultura borghese, e anche lì in misura parziale, perché limitata dalla resistenza fortissima della cultura tradizionale (20).

Il capitalismo ha profittato in pieno di questa evoluzione mentale e probabilmente l'ha anche spinta e favorita, ma è insostenibile che essa sia una mera imposizione del capitalismo stesso. Nemmeno il continuo sostituire i vecchi consumi, dei quali si è sazi, con consumi nuovi, nemmeno ciò non costituisce un aspetto del mercato capitalistico imposto dai venditori per loro esclusivo beneficio e contro le propensioni dei compratori. Infatti, quando è la ricerca del piacere che anima il consumo, i compratori sono essi medesimi vogliosi di novità, per naturale processo psicologico, ben sapendo che un piacere uniforme, anzi una qualunque sensazione uniforme, cessa di essere avvertita dopo poco. Per quanto bello sia un quadro, noi finiamo col non «vederlo» più, se l'abbiamo da anni sotto gli occhi. E in molti casi il piacere di acquisire, di comprare (il piacere dello *shopping*) supera quello di detenere e conservare.

I cambiamenti della moda rispondono a motivi del genere e non sono sempre un trucco dei capitalisti per guadagnare di più. Inoltre, gli alti salari reali, che il capitalismo consumistico paga quasi di necessità, sconsigliano le attività di riparazione e di manutenzione, nelle quali di regola il lavoro è meno produttivo rispetto a quello prestato per le produzioni più meccanizzate di articoli nuovi. L'apparente «spreco», sotto forma di ricambio prematuro dei beni durevoli di consumo, può essere in realtà una ricerca di economia, la quale oggi spinge addirittura verso l'usa-e-getta. Il mercato di concorrenza, lungi da fomentare l'inefficienza, è un insuperabile meccanismo di caccia allo spreco, anche se non sempre viene correttamente interpretato dai suoi osservatori.

C'è chi pensa per errore che la competitività nel mercato (21) sia di per sé uno spreco, in quanto essa lascia che diversi produttori gareggino ostacolandosi a vicenda, mentre un unico produttore si organizzerebbe in modo più razionale. L'errore (sostengono i liberisti) sta nel presumere che, senza la gara, si sappia chi sa fare meglio degli altri, ciò che ovviamente renderebbe inutile competere. Ma nessun «esperto» è in grado di prevedere con certezza quanto sortirà come

effetto di stimoli agonistici, che soltanto la concorrenza può suscitare e far conoscere. In particolare, l'effetto del progresso tecnologico e merceologico è largamente imprevedibile anche per il suo carattere innovativo, che modifica proprio quelle condizioni precedenti alle quali l'«esperto» limita la sua competenza.

L'unico *trend* estrapolabile è la già accennata crescita del salario reale, in corso da un paio di secoli nelle economie di più precoce e regolare industrializzazione. Tale miglioramento salariale, mentre fa da supporto al consumismo, gli fornisce una qualità peculiare, che non tutti giudicano positiva. Dicevamo sopra che l'alto prezzo del lavoro punisce le attività di manutenzione e riparazione: aggiungiamo che punisce pure, per la medesima ragione, tutte le altre attività che richiedono molto lavoro e non sono facilmente meccanizzabili, come le attività artistiche e artigianali o i servizi personali (22).

Per questo nella vita moderna l'ornamento ha poco posto e la bellezza viene talvolta sacrificata. E per questo vivere agiatamente non vuol più dire, come una volta, disporre di numerosi servitori a basso costo, i quali davano all'agiatezza un pregio ormai irripetibile. Al contrario, quanto più la ricchezza si «democratizza», tanto meno si godono i piaceri dell'esclusività, come oggi ben sanno gli automobilisti, che devono percorrere strade intasate dal traffico. E poiché l'aumento dei redditi precede sovente l'educazione del gusto, si assiste purtroppo allo spettacolo di un consumismo talvolta volgare, aggravato dalla sua smania di esibirsi. Sono macchie che, almeno nel breve periodo, non si eliminano senza eliminare gli alti salari, che tuttavia restano un pregio, non un difetto del capitalismo.

Questo ci riporta alla questione introdotta da Ortega: *quale* consumismo approvare, *quale* criticare. Esiste un formidabile problema educativo dove il consumismo avanza. Quando Adam Smith lodava lo sviluppo economico capitalistico, prendeva le distanze dalla volgarità e senza mezzi termini condannava «l'ignobile e sordida sensualità» (23). Ben inteso, la condanna non riguardava la ricerca del piacere, che può essere piacere spirituale così come materiale, piacere virtuoso così come vizioso: non riguardava il mercato, ma come alcuni lo usano. I seguaci di Smith distinguono tra il mercato, strumento neutrale, e i consumatori che se ne servono per i propri scopi non sempre lodevoli. Ma «i camerieri non sono responsabili dell'obesità dei loro clienti» (24): il mercato fornisce tutto ciò che trova una domanda effettiva e non è proibito per legge; fornisce fra l'altro libri e articoli contro il mercato, purché i venditori sperino di far soldi.

La neutralità del mercato verso le preferenze dei consumatori è, s'intende, racchiusa nel campo delle attività lucrative. Quindi, il mercato non può essere l'unica istituzione sociale economica. È nota la tesi ripetutamente espressa da Galbraith, secondo la quale dal capitalismo conseguirebbe una insufficiente ampiezza delle attività non lucrative; tesi che tuttavia Friedman ha respinto mostrando un'esperienza storica in cui, al contrario, il settore pubblico si espande più del settore di mercato, nei paesi capitalistici dove sempre i due settori coesistono (25). Anzi, proprio la straordinaria capacità produttiva del capitalismo consente al settore pubblico di prelevare mezzi crescenti, col fisco o in altro modo, senza suscitare eccessive reazioni private. Se il settore pubblico appare ai cittadini poco soddisfacente, è di solito per il cattivo uso che fa delle risorse prelevate, non certo per la loro insufficienza: così, con qualche ragione, argomenta il liberista Friedman.

Nessun sostenitore del mercato pretende che esso sia l'unica istituzione economica, e tanto meno pretende che tutto quanto concerne la nostra vita passi attraverso il mercato. Quel che si sostiene da parte liberistica è invece l'incoerenza e fors'anche la malafede demagogica di chi attacca il mercato volendo nascondere l'antipatia per il gusto popolare (o per la mancanza popolare di gusto). Peggio ancora è chi attacca speciosamente il mercato attribuendogli un esclusivo potere di condizionare le preferenze dei consumatori, di far loro «violenza», senza dire in modo esplicito che così egli ritiene la gente talmente abbindolabile, da renderla indegna di ogni democrazia. Come sperare che sappiano resistere agli inganni della propaganda politica coloro i quali per ipotesi soccombono già alle semplici seduzioni della pubblicità commerciale? (26).

Ora, è innegabile che in qualunque sistema economico-politico, nel capitalismo così come nel socialismo, tutti sono condizionati dal vivere in società con gli altri, dei quali poco o tanto subiscono inevitabilmente l'influsso psicologico. Altrettanto innegabile è che alcuni mostrino di non potere o non volere ragionare con la propria testa ed essere sempre i migliori giudici del loro bene. Questo però non basta a condannare il mercato, il consumismo e il progresso tecnologico e merceologico, proprio come non basta a condannare la democrazia politica e il principio di libertà.

L'alternativa al mercato è la definizione politica (presumibilmente restrittiva) dei consumi permessi (27). Nel migliore dei casi, una maggioranza decide anche per la minoranza, comunque con una perdita di libertà rispetto al mercato in cui ognuno decide per sé, se lo

vuole, pur nei limiti che incontra l'indipendenza di giudizio. Gli «austeri», che possono anche essere una maggioranza, possono avere eccellenti motivi a favore dell'«austerità», e usarli per tentare di convincere gli altri; ma un discorso ben diverso è imporre l'«austerità» agli altri, che siano adulti responsabili non consenzienti. L'imposizione per legge toglie la libertà e quindi la responsabilità e quindi ancora il valore morale del comportamento «austero».

Un'ultima annotazione: la ricerca del progresso tecnologico e merceologico è essa stessa un consumo, ove chi la pratica ne tragga un piacere, indipendentemente dagli eventuali guadagni monetari; è per alcuni lavoro-gioia, come sanno scopritori, inventori e imprenditori (se superano la paura di violare, innovando, i tabù). Limitare tale ricerca è poi in ultima analisi limitare la conoscenza umana, sebbene l'onniscienza (e l'onnipotenza) non rientri in alcun sensato programma. Vi sono cose che l'uomo non deve conoscere? Vi sono senza dubbio cose che l'uomo non deve fare, anche se può farle, con la conoscenza che ha o avrà. Sono per esempio le cose che «non rispettano l'uomo».

Quali siano queste cose, lo deve definire e ridefinire di continuo il dibattito sull'etica, che oggi si trova sempre più di fronte a situazioni nuove e sconvolgenti (si pensi per esempio alla bioetica). Accanto al progresso scientifico, tecnologico e merceologico è in corso, fortunatamente, un progresso morale, da intendersi quale progresso della conoscenza nel campo stesso dell'etica, e non solo negli altri campi. Se il marxismo cercava di bandire l'etica a favore della scienza, il liberalismo nelle varie versioni, da Rawls a Hayek e a Nozick, ha profittato del declino del marxismo per ribadire invece il primato dell'etica.

Non è dato di confrontare il progresso scientifico e quello morale, per dire quale dei due è stato maggiore, ma non si è rimasti immobili in alcun campo. Certo, il progresso della *conoscenza* morale non è *ipso facto* il progresso della *condotta* morale: troppi di noi seguitano a comportarsi in modo crudele e violento pur quando conoscono di agire male. Ma è assai discutibile che la crudeltà e la violenza, comunque vengano definite, siano oggi più diffuse di un tempo, nelle liberaldemocrazie consumistiche dell'Occidente. Probabilmente è vero il contrario: opinione che ha l'autorevole appoggio di Popper e che innumerevoli indizi storici sembrano corroborare, senza con ciò concludere che non ci si debba più sforzare per rendere il mondo meno imperfetto.

NOTE

- (1) In K. Polanyi, *La libertà in una società complessa*, Torino, Bollati Boringhieri, 1987, p. 191.
- (2) M. Sahlins, *L'economia dell'età della pietra*, Milano, Bompiani, 1980, p. 16.
- (3) «Se l'industria cotoniera nel 1760 fosse dipesa interamente dalla domanda effettiva del momento, le ferrovie dalla domanda effettiva del 1830, e l'industria automobilistica da quella del 1900, nessuna di queste industrie avrebbe iniziato una rivoluzione tecnica... La produzione capitalistica dovette trovare il modo di crearsi i suoi propri mercati in espansione» (E. J. Hobsbawm, *The Crisis of the 17th Century*, in T. Aston (a cura di), *Crisis in Europe 1560-1660*, Londra, Routledge & Kegan, 1965).
- (4) V. Tranquilli, *Il concetto di lavoro da Aristotele a Calvino*, Napoli, Ricciardi, 1979, p. 470.
- (5) A. Del Noce, *Il crogiuolo vivente*, Torino, Centro culturale Piergiorgio Frassati, 1985, pp. 19, 20. Si veda anche, per un simile abbinamento di consumismo e violenza, H. Lefebvre, *La vita quotidiana nel mondo moderno*, Milano, Feltrinelli, 1978.
- (6) K. Marx, *Manoscritti economico-filosofici del 1844*.
- (7) Zibaldone, Milano, Mondadori, 1957, vol. II, p. 1009.
- (8) J. S. Mill, *Principi di economia politica*.
- (9) *Manoscritti economico-filosofici del 1844*.
- (10) M. Ignatieff, *I bisogni degli altri*, Bologna, Il Mulino, 1986, p. 86. C'è qui il seme di una critica che i liberisti faranno all'eccesso di razionalità nell'utilitarismo di Bentham e di Mill. La difesa coerente del consumismo non coincide affatto con l'adozione dell'utilitarismo.
- (11) M. Ignatieff, *op. cit.*
- (12) J. Ortega y Gasset, *Aurora della ragione storica*, Milano, Sugarco, 1983, p. 284.
- (13) Idem.
- (14) Idem.
- (15) Inoltre, il progresso ci mette di fronte a situazioni morali nuove, senza precedenti.
- (16) È anche una vita più lunga; nulla come l'allungamento della vita (conseguenza del progresso) rivela il carattere polivalente di quanto si è conquistato. Gli anni in più da vivere possono essere vissuti bene o male, ma comunque in infiniti modi diversi.
- (17) Ciò che, perfino nella democrazia ateniese, aveva ridotto a pochi la possibilità di condurre la «buona vita».
- (18) Cfr. L. Guerci, *Libertà degli antichi e libertà dei moderni*, Napoli, Guida, 1979.
- (19) Cfr. C. Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Capitalism*, Oxford, Blackwell, 1987.
- (20) La cultura tradizionale è «signorile», ma antieconomica: cfr. S. Ricossa, *La fine dell'economia*, Milano, Sugarco, 1986.
- (21) Parliamo della concorrenza ordinaria, ben presente anche nei mercati oligopolistici, non della inesistente concorrenza «perfetta».
- (22) La riproduzione delle opere d'arte è però facilitata.
- (23) Cit. in V. Merolle, *Adam Smith*, Roma, Bizzarri, 1984, p. 21.
- (24) G. J. Stigler, *L'economista e l'intellettuale*, Firenze, Sansoni-Centro Einaudi, 1967, p. 41.
- (25) M. Friedman, *From Galbraith to Economic Freedom*, Londra, The Institute of Economic Affairs, 1977. La tesi galbraithiana è principalmente esposta in *The Affluent Society*, 1958 (trad. it. *La società opulenta*, Torino, Boringhieri, 1972).

- (26) Va da sé che il capitalismo è compatibile con varie iniziative private e pubbliche in difesa dei consumatori. Per esempio, negli Stati Uniti la Federal Trade Commission può ordinare una pubblicità rettificativa di una precedente pubblicità giudicata menzognera.
- (27) Tutti i sistemi legali indicano dei consumi proibiti e dei consumi obbligatori: resta da vedere la loro estensione. L'alternativa al mercato è restrittiva nel senso che, a parte i beni pubblici, il mercato è presumibilmente il migliore strumento di progresso merceologico: il politico dunque sceglierà soltanto un sotto-insieme dei consumi che il mercato, se non fosse impedito, avrebbe concesso e che il politico, senza il mercato, nemmeno conosce nella loro interezza, col passar del tempo e in assenza di modelli stranieri da osservare.