

UN DIO A ETICA ZERO: il mercato.

(Relazione del dott. ALUISI TOSOLINI)

1. Ambiguità nell'uso del linguaggio

Il titolo di questa riflessione è avvincente per se stesso, perché accosta concetti e parole che appartengono a universi semantici diversi, che non hanno niente in comune. L'idea di fondo che il mercato sia diventato una divinità, che richiede comportamenti religiosi con i relativi sacerdoti e testi sacri, è un pensiero su cui negli anni recenti si sono svolte alcune riflessioni; infatti già da vari anni gli studi mettono insieme questi due elementi, come dimostrano certi titoli di testi ormai noti:

“La religione secolare della banca mondiale” (del 1996).

“Il vangelo della competitività” .

“Sviluppo. Storia di una credenza occidentale”.

Da questi studi emerge l'idea che il mercato è diventato un “idolo” un “dio” o, in qualche modo, un “essere” che agisce da solo, a prescindere dalle persone che dovrebbero costituirlo.

Anche il linguaggio televisivo si esprime in questi termini: “Il mercato vuole questo o quell'altro...” “Il mercato reagisce...” “Il mercato apre in questo modo...”; certo il mercato appare come qualcuno o qualcosa che è sfuggito di mano. I padri dell'economia (A. Smith) direbbero che il mercato ha una mano invisibile che poi aggiusta ogni cosa e rende possibile la distribuzione della ricchezza. Di qui è nata l'idea di un mercato che si autoregola, per cui esso sarebbe l'insieme delle singole forze che competono ognuno cercando la propria utilità, ma, per qualche “miracolo” la misteriosa mano del mercato prima o poi tutto ricompone.

2. Il mercato: regole e conseguenze

Si afferma, infatti, che esistono le **regole del mercato**, che, in realtà sono solo due:

1. **Competizione:** per fare acquistare un certo prodotto si deve immettere sul mercato il prodotto migliore e al prezzo inferiore.
2. **Libero mercato:** assenza di regole, che possano condizionare la competitività. E poi... vinca il migliore!

Alla domanda se è possibile un'etica della solidarietà nella società del mercato capitalista, qualche grande teorico del mercato risponde affermativamente, anzi egli dice: “Finalmente nel tempo della globalizzazione si realizzerà la vera democrazia, che è quella del consumatore, il quale con le sue singole scelte decide chi fra i vari “competitori” vince”. La scelta del compratore equivale dunque a un voto. Ma non si risponde al quesito per cui se un prodotto, pur apparendo in veste diversa, risale ad un unico produttore e si forma il “monopolio”, quali sono le conseguenze? I teorici ottimisti affermano che questo non avverrà mai, perché non è cosa gradita a chi compete, ma in realtà la competizione alla fine crea forme di monopolio. Accade dunque che certe imprese transnazionali abbiano

fatturati superiori al reddito di certi stati e potrebbero comprarseli! In verità non sono gli stati a decidere di accogliere nel loro territorio questa o quella impresa, ma le imprese stesse decidono se è più proficuo per loro investire in questo o quello stato.

Dunque la competizione ha una

1ª conseguenza: tutto ciò che è regola è “antimercato”.

Il mercato afferma che per competere non può sottostare a regole e quindi la prima **vittima** del mercato è lo stato, la società civile e quindi la **politica**, intesa come luogo in cui gli individui si mettono d'accordo per fare o non fare certe cose in vista di un bene comune.

E' significativa l'inchiesta che la rivista Liberal ha fatto recentemente sul mitico Nord - Est: è risultato evidente un processo di “deindustrializzazione”. Perché tante imprese preferiscono andare a produrre in Romania? Per quale motivo? Perché, con la manodopera meno cara, l'impresa ottiene un prodotto a prezzo inferiore e quindi molto più competitivo di quello nazionale (italiano). E' vero che lo Stato (Romania per es.) dovrebbe chiedere il rispetto delle norme sanitarie, delle pensioni per i lavoratori...., ma quando il paese ha un estremo bisogno di lavorare non si guarda tanto per il sottile, tanto più che la scelta possibile tra i paesi poveri in cui portare la produzione è molto ampia. E anche chi tra i produttori volesse rimanere in Italia per una sua scelta etica, in poco tempo sarebbe costretto a chiudere i battenti per la concorrenza di chi ha prodotto a un prezzo molto inferiore.

2° elemento fondamentale è il fatto che noi parliamo di mercato in termini quasi esclusivamente economici, ma in realtà le regole del mercato diventano ben presto caratteristiche antropologiche che incidono sul comportamento degli uomini.

Competizione e assenza di regole rendono gli individui simili alla concezione di Hobbes, per cui “homo homini lupus” (ogni uomo è lupo per l'altro uomo) e quanto più l'individuo è slegato dagli altri, non è associato, tanto più non oppone resistenza.

E' possibile correggere o rifiutare queste situazioni? Per alcuni è il mercato stesso che mette a posto ogni cosa, ma molti studi recenti sostengono che questo tipo di mercato liberista è il meno facile ad essere corretto. Se, infatti, partiamo dal punto di vista dei più poveri (che sono la maggioranza del mondo) non è possibile aggiustare le cose. Tant'è vero che in questi ultimi trent'anni, il divario tra il reddito della minoranza ricca e quello della maggioranza povera, non è diminuito, anzi è raddoppiato. Inoltre all'interrogativo: “Come mai questo mercato, che produce una tirannide, non suscita la ribellione di chi ne è vittima?” i sociologi rispondono: il mercato produce una piramide, il cui vertice è occupato da pochi ricchi, ma, secondo un sociologo polacco, è l'invidia dei ricchi che tiene in piedi la società, perché dall'invidia nasce la volontà di competere. Quelli poi che stanno alla base, invidiando quelli che stanno in cima, pensano che un giorno, lavorando come bestie, arriveranno anch'essi in cima.

Esiste una gelosia da parte dei privilegiati e una invidia da parte dei non privilegiati, per cui le idee di chi esercita il dominio diventano dominanti; dunque coloro che stanno alla base hanno introiettato a tal punto la regola del mercato che non chiedono di cambiare le regole del gioco, ma solo di partecipare al gioco. I più numerosi movimenti di protesta

sociale, infatti, chiedono la redistribuzione dei profitti, non la revisione della definizione di profitto.

3. Come rompere la logica del mercato.

Se si vuole dunque rompere la logica del mercato, bisogna intervenire a livello antropologico, distruggendo questa credenza e incidendo sul luogo nel quale coloro che sono alla base della piramide non s'accorgono di sostenerla e di sostenere la loro stessa rovina.

Il guaio è che oggi si assiste al declino e alla morte della politica intesa come luogo di elaborazione di regole comuni per il bene di tutti. Non che la politica sia scomparsa dalla faccia della terra, ma essa si è fermata su un piano di insignificanza, perché tanto a livello locale quanto nazionale non sono molti i problemi che si possono risolvere; certo i più gravi richiederebbero un livello d'intervento molto più alto.

Secondo la dottrina sociale della Chiesa “ad ogni livello di problema dovrebbe corrispondere un livello di soluzione”. Occorre dunque un organismo con competenze a livello planetario, visto che tale è il livello dei problemi (come l'inquinamento, la pace, il lavoro minorile, la droga).

Forse siamo tentati di pensare a una simile soluzione come a un'utopia, ma se in Italia è stato firmato il trattato sulla costituzione del tribunale sui crimini contro l'umanità, questo atteggiamento dovrebbe valere per tutti i problemi.

Da tutto il nostro discorso non dobbiamo dedurre che l'economia in sé vada condannata, perché se l'economia è il mezzo che aiuta gli uomini a vivere in maniera degna dal punto di vista dei bisogni materiali, non è lei stessa il fine, il fine è far star bene la gente; ma se il fine diventa il profitto e le persone sono il mezzo per raggiungerlo, allora il profitto si costituisce come divinità, nuovo idolo che richiede sacrifici umani.

Di fronte a questa realtà: resistenza o resa? Ognuno di noi in parte resiste, in parte si arrende; nessuno è completamente puro.

(Sintesi a cura del Circolo “J. Maritain” di S. Martino in Rio)