

**LA DECRESCITA  
SULLE ORME DI TIZIANO TERZANI  
(Ovvero come svalutare il mito del progresso  
e l'impero dell'economia sulla nostra vita)<sup>1</sup>**

**di Gloria Germani**

Le Cattedrali del nostro tempo sono i centri commerciali. Sono le Chiese del credo moderno.

I migliori architetti, le più grandi risorse economiche, le maggiori energie lavorative, i più brillanti menti "creative" dei pubblicitari sono convogliate in queste enormi edifici che si innalzano là dove poche anni prima c'erano solo umili campi. Imprigionati nelle nostre macchinette che camminano a petrolio, siamo inesorabilmente sospinti verso queste cattedrali.

In una regione governata ininterrottamente dal centro-sinistra da 50 anni, la Toscana, ho visto con i miei occhi verificarsi matematicamente questa equazione: ad ogni apertura di un centro commerciale Coop, l'amministrazione locale ha modificato la viabilità e prima o poi le grandi arterie stradali ci hanno condotto davanti alle Coop. L'ho visto succedere vicino a dove abito: a San Casciano, a Tavarnelle, a Venturina, a Firenze dove la famosa tranvia si ferma davanti al centro commerciale e non davanti all'Ospedale! L'ho visto ad Empoli dove l'uscita della superstrada è stata spostata ed allontanata dal centro storico e alle sue chiese, per passare davanti al nuovo ipermercato Coop.

Niente di più normale. E a Nord? Con le amministrazioni di centro destra? Esattamente la stessa cosa, con la sola differenza che il marchio Coop è magari sostituito da altri gruppi. Più consumi. Più crescita. Più Pil. Più benessere per tutti. E questo l'assioma del nostro credo moderno che, dopo la caduta degli esperimenti comunisti, è diventato il Monoteismo del mondo, la monocultura del villaggio globale.

Ogni povero cristo ormai pensa che se può comprare l'ultimo modello di telefonino, abiti alla moda ogni anno, se va il palestra e dall'estetista, se magari va in vacanza alle Maldive, sarà più felice. Spende, acquista, è felice.

Milioni di persone lavorano a più non posso per comprare cose, per la maggior parte superflue e senza senso, che milioni di persone si affannano spasmodicamente a produrre.

Per quanto ancora ostico per molti, le nostre categorie politiche, Destra e Sinistra, sono solo due varianti di una medesima visione del mondo che plasma i paesi occidentali da almeno 250 anni: lo sviluppo materiale ed economico come base del benessere e della felicità, collettiva e individuale.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Gloria Germani è filosofa, autrice del saggio *Tiziano Terzani : la rivoluzione dentro di noi*. Milano, Longanesi 2008 e di *Teresa di Calcutta, una mistica tra Oriente e Occidente*, Milano, Paoline, 2003 con Prefazione di Tiziano Terzani.

<sup>2</sup> Come afferma molto incisivamente M. Pallante, "Senza il contributo della Sinistra la spinta verso il nuovo non avrebbe avuto la stessa forza, l'identificazione di cambiamento con miglioramento e di vecchio con sorpassato non sarebbero diventate ovvietà che non necessita di verifica... La sinistra ha contribuito ad introdurre nel patrimonio genetico delle classi subalterne il sistema di valori su cui si fonda il meccanismo della crescita economica" (*La Decrescita Felice*, p.81).

Siamo talmente immersi in questa monovisione che ci risulta ovvia ed indiscutibile. In altre parole, crediamo così intensamente a questa determinata visione della realtà, che non ne siamo affatto consapevoli.

Occorre una buona dose di distanza per metterla in questione. Tiziano Terzani che aveva vissuto 30 anni in Asia, lontano dall'Occidente, aveva la lucidità per scrivere: «*Anni di sfrenato materialismo, hanno ridotto e marginalizzato il ruolo della morale nel vita della gente, facendo di valori come il denaro, il successo e il tornaconto personale, l'unico metro di giudizio*».<sup>3</sup> *Tutto il mondo funziona ormai così: il mercato è tutto quello che conta, la sola moralità è quella del profitto e ognuno arranca come può per sopravvivere in questa giungla*».

E ancora più radicalmente, nel suo ultimo testamento spirituale, sosteneva: «*La grande battaglia del futuro sarà la battaglia contro l'economia che domina le nostre vite*»; «*Perché c'è da riflettere: cos'è questa civiltà moderna? E' la ragione diventata matta, diventata matta per colpa dell'economia. L'economia è diventata il criterio principale di tutto, non ci sono altri valori*»<sup>3</sup>

## Il Dio Denaro

Terzani ci ha lasciato il 28 luglio del 2004, troppo presto per vedere l'espandersi dei movimenti per la decrescita, il diffondersi degli indicatori di benessere diversi dal PIL, gli esiti delle guerre in Medio Oriente. Le sue profonde intuizioni rimangono in ogni caso veramente profetiche e rappresentano la necessaria premessa di queste mie considerazioni.<sup>4</sup> In questi ultimi 6 anni, abbiamo visto infatti una debacle della politica nazionale guidata dalla maggioranza di centrodestra, mentre il senso stesso della giustizia è stato spesso brutalmente asservito ai grandi interessi economici. Franco Battiato, un altro personaggio di frontiera, è riuscito a afferrare il nocciolo del problema e cantava: «*Cosa possono le leggi dove regna solo il dio denaro?*»<sup>5</sup>

Oggi occorre svegliarsi e porsi la domanda: perché è avvenuto questo? Perché l'economia e il dio denaro sono diventati il nostro dio e la nostra fede? Perché l'economia e la crescita sono diventati quel assioma indiscusso per cui sono passate in retroguardia tutte le altre sfere della nostra vita? L'etica, l'educazione dei figli, il rapporto disinteressato con le persone, il rapporto con la nostra morte, il rapporto con la Natura?

Poniamoci il problema. Se solo facciamo un piccolo sforzo di memoria, ciascuno di noi ricorderà un nonno, una nonna, un parente, che ragionavano con tutt'altre idee: sprecare, buttare via era un peccato, ogni più piccola cosa era conservata e riciclata in casa, la moderazione era una virtù insieme a quel senso del dovere, di rettitudine, di onestà, che ciascuno doveva incarnare per essere a sua volta un esempio per gli altri. Negli ultimi 40/50 anni la maniera di pensare è cambiata con una velocità vorticoso sotto il vessillo della modernità e del motto: «*Avanti, avanti, dobbiamo andare avanti!*»

La modernità è progresso, per cui ogni cosa moderna è stata vista come positiva. Ogni cosa nuova, ogni marchingegno tecnologico è stato visto come un inequivocabile segno della nostra evoluzione.

Questo paradigma culturale moderno, o più in generale, la nostra attuale maniera di pensare, affonda senz'altro le sue radici 300 anni fa, in quel possente movimento di pensiero che a partire da Galileo, Newton, Cartesio ha dato poi origine a quella che Terzani chiama l'«*autostrada del sapere scientifico*», così come sostengono, da varie angolature, Fritz Schumacher, Fritjof Capra, Latouche, Pallante e molti altri.

---

<sup>3</sup> Tiziano Terzani, Lettere contro la guerra, p.118; *Un altro giro di giostra*, p.42; *La Fine è il mio inizio*, p. 400 e p 283.

<sup>4</sup> Per i necessari approfondimenti, mi permetto di rimandare alla mia biografia intellettuale di Terzani: *Tiziano terzani: la rivoluzione dentro di noi*, cit.

<sup>5</sup> Franco Battiato, 2009, *Innere Auge*.

L'idea di crescita e quella correlata di crescita economica sono infatti inseparabili dall'idea di progresso e di sviluppo secondo un concetto lineare del tempo, e in ultima analisi sono inseparabili dall'idea della linea evolutiva del progresso umano che culmina nella Nostra Superiore Civiltà Occidentale Moderna.<sup>6</sup>

Tutta la cultura e la politica della seconda metà del Novecento sono state alimentate da questo insieme di idee dominanti e - complice primaria l'informazione - le hanno profuse, in ogni loro declinazione, a tutti gli strati della popolazione.

Dovremmo renderci conto, infatti, che le idee acquistano davvero potere - non quando sono formulate intellettualmente, per esempio, da Kant, da Hegel, da Marx, da Darwin, o da Keneys- ma quando, dopo varie generazioni, entrano a far parte di quella massa di schematismi mentali con cui inconsciamente interpretiamo il mondo in cui viviamo.<sup>7</sup>

La crescita e lo sviluppo sono diventati senz'altro due dei nostri più potenti schematismi insieme alla grande idea dell'Evoluzione Moderna. Ma quanto si fondano su un'idea vera o piuttosto non sono nient'altro che un gigantesco mito?

## **La Pubblicità e la Seconda Nobile verità del Buddismo**

La nostra idea di sviluppo è crescita, crescita, crescita.

Ma per alimentare questa continua crescita, il nostro sistema di vita deve creare dei bisogni, ancor prima che dei prodotti. C'è bisogno di inventare prima dei desideri, e solo allora si possono vendere dei prodotti. Ecco la ragione per cui la nostra economia moderna è sempre legata al marketing, alla pubblicità. Il principio base del marketing è infatti quello di indurre, creare un desiderio che prima non c'era.

Ma questa creazione del desiderio e del bisogno è l'antitesi della saggezza. Praticamente tutte le tradizioni spirituali dell'umanità hanno sottolineato i pericoli insiti nel meccanismo del desiderio che si riflettono nella bramosia, nell'avidità, nell'invidia.

In particolare, però, dovremmo renderci conto che il principio del marketing che regge tutta la nostra economia e che vediamo espresso ovunque nella nostra vita quotidiana, è l'esatto contrario della seconda Nobile Verità del Buddismo. Indurre un desiderio è l'esatto contrario di quello che il Buddha 2.600 anni fa venne ad insegnarci.

Il giovane principe Siddhartha Gautama, dopo essersi sposato e aver avuto un figlio, una notte lasciò in gran segreto il magnifico palazzo e il regno di suo padre e per molti anni si dedicò all'ascetismo per sondare il mistero della vita umana: quello della malattia, la vecchiaia, la morte. Alla fine di questa lunga e faticosa ricerca, seduto sotto l'albero Bo, sperimentò l'illuminazione, tanto che da quel momento fu chiamato "il Risvegliato": il Buddha. Assorto in quella straordinaria esperienza comprese che ciò che aveva sperimentato era difficilmente esprimibile in parole, ma alla fine offrì i suoi consigli come un medico dello spirito. Fece quattro dichiarazioni che costituiscono il cuore della dottrina buddista: le cosiddette Quattro Nobili Verità. La prima annuncia che <<Tutta la vita è sofferenza>>, la seconda che <<La causa della sofferenza è il desiderio>>; la terza che <<E' possibile eliminare la sofferenza >>. La quarta infine concerne le maniere di vivere - l'Ottuplice sentiero - attraverso cui è possibile estinguere quello stato mentale che è il desiderio e quindi raggiungere la pace.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Anche a questo proposito la pozione di Pallante è estremamente lucida." Chi critica il valore della crescita economica e l'ideologia progressista, rimette in discussione le categorie concettuali su cui si fonda la modernità" (*La Decrescita Felice*, p. 83)

<sup>7</sup> Questo importante rilievo è stato fatto da Fritz Schumacher, *Small is Beautiful, Economics as people mattered*, London 1973, p-90.

<sup>8</sup> L'"Ottuplice sentiero" raffigura le otto sfaccettature di un unico cammino che ovviamente riguarda anche l'aspetto economico di ogni vita umana, il quale è indicato come "Il retto sostentamento" o "I giusti mezzi di sussistenza". Inseparabile da questo c'è "La retta condotta". Queste sfaccettature, quella "economica" e quella "morale", vanno necessariamente insieme ad altri aspetti che noi occidentali siamo portati a considerare come appartenenti alla sfera

Secondo la Seconda Nobile Verità, è proprio il desiderio, la sete, la brama, questo continuo tendere verso qualcosa che è fuori di noi, ciò che ci rende insoddisfatti e provoca il nostro stato di sofferenza. Dobbiamo renderci conto di quanto la pubblicità e il marketing che sono entrati così potentemente nella nostra vita appena 40 anni fa, aumentano ed incrementano a dismisura la tendenza cercare *fuori di noi* la nostra soddisfazione.

Il Buddha sosteneva che le attitudini mentali create dal desiderio e dalla bramosia, destinate a perpetuarsi anche oltre la morte, non possono condurre alla felicità e l'essenza del suo messaggio consiste nel dimostrare che né il nostro io, né le cose che consideriamo esterne, hanno un'esistenza isolata, autonoma, indipendente. Così riusciva a scardinare alla base il meccanismo psicologico del desiderio e quello del rapporto strumentale che instauriamo tanto con le cose, tanto con le persone.

Il marketing, la pubblicità, "le scienze della comunicazione" ci bombardano invece con sempre nuovi bisogni, sempre nuovi desideri; ci seducono con il meccanismo di provare ogni giorno nuovi desideri, che, una volta soddisfatti, lasciano un vuoto incolmabile che cerchiamo di arginare di nuovo con nuovi desideri. In questo meccanismo inesorabile, se quelli che per i nostri padri erano dei lussi, sono diventati per noi necessità, cosa diventeranno per i nostri nipoti?

Il *marketing* è una sorta di grande megafono che amplifica le nostre illusioni più puerili: ci impone di essere giovani e la giovinezza passa, ci impone di essere belli e la bellezza sfiorisce, ci impone di essere sensuali ma questa sovraesposizione dell'erotismo non fa che svilire la sana attrazione. E' un tipo nuovo di linguaggio, inventato non a caso dai cosiddetti "creativi", fatto soprattutto di immagini sfavillanti e di palesi bugie a cui ci siamo (tristemente) assuefatti e da cui ci lasciamo (infantilmente) cullare.

Si può quantificare che oggi nel mondo vengono spesi oltre 550 miliardi di dollari all'anno in spese pubblicitarie. E' una massa enorme di materiale visivo, auditivo - studiato in ogni più piccolo dettaglio per asservirci a nuovi modelli, a nuove cose da possedere, a desideri artificiali che nel corso di questi pochi anni si sono enormemente ingigantiti e, allo stesso tempo, si sono spostati verso le pulsioni più basse.

Vi ricordate la famigliola per benino – gli Incontentabili - che alla fine degli anni 60, a Carosello, istillava in noi il bisogno di cercare la lavatrice migliore?. O il pulcino nero che, invece, era solo sporco, perché tutte le massaie non si accontentassero del solito sapone, ma cercassero il detersivo industriale: Ava come Lava!? Sono immagini quasi innocenti che appartengono alla preistoria.

Oggi, ogni oggetto lanciato sul mercato, dall'automobile al caffè, è ammantato da un richiamo sessuale sempre più marcato, perché nella visione moderna esclusivamente materialista ed individualistica, l'unica cosa reale è il corpo e gli stimoli sessuali sono gli impulsi fondamentali (Freud o non Freud).

## **Giorna-lismo e il mito del progresso e della "civiltà superiore"**

Oramai, non solo alla televisione, ma perfino sulle pagine dei più autorevoli quotidiani, è scontato per noi doverci sorbire, accanto ad un articolo sulla mafia o sul surriscaldamento globale, l'immagine ammiccante di una bellona con atteggiamenti da prostituta, perché produce il 90% degli introiti della carta stampata. Alla fine cosa è più importante?

Lo sanno bene i bambini che afferrano, senza ipocrisie, il messaggio: la cosa più importante è la prostituta. C'è stato bisogno perfino di legge per vietare alle minorenni di rifarsi chirurgicamente il seno, perché volevano assomigliare ad ogni costo a quel modello! Accanto alla mole di per sé enorme della pubblicità, bisogna considerare però anche tutto l'impatto del comparto dell'informazione e dei mass media, che come dice lo stesso nome, diffondono la visione del mondo moderna dominante, la Monovisione alle masse planetarie. I giornali hanno una fede "sperticata" nel nuovo, nel moderno e nel progresso e dal momento che sono loro - e non più i preti o i saggi o i maestri - i grandi interpreti del nostro mondo, effondono continuamente immagini dorate di nuovi modelli e del nuovo che "irresistibilmente" avanza. In realtà, si tratta di un circolo vizioso: l'industria prima produce nuovi desideri per poi vendere prodotti, i mass media registrano con esaltazione la novità e a loro volta producono modelli che diventano essi stessi esempi che la gente si sforza di emulare.

Noi siamo quel che pensiamo, siamo quel che l'immagine ci fa credere di dover essere. Ormai ci stiamo omologando ad immagini e desideri artificiali con cui siamo bombardati dal marketing, dalla pubblicità, dai mass media e dall'industria dello spettacolo. Quale immagine dell'uomo, dell'*antropos*, ne risulta? E senz'altro un' "antropologia fasulla" non studiata, non valutata, ma potentissima. Essa non ha casa solo in Occidente ma è esportata ovunque a livello planetario. Come dice, con il consueto acume, Arundhati Roy, il modo di vivere moderno ed americano ha la sua più potente agenzia pubblicitaria nientemeno che in Hollywood!<sup>9</sup>

Sinceramente, possiamo ancora credere che il nostro stato mentale sia naturale? Possiamo credere che la fede diffusa nel nuovo come segno di progresso, nella crescita economica illimitata, che caratterizzano oggi la mente umana a livello globale, siano frutto della linea evolutiva naturale dell'uomo e non siano piuttosto il prodotto di un'idea indotta?<sup>10</sup>

Oggi il mito del Progresso, dell'evoluzione umana secondo la linea del tempo che culmina nella nostra Superiore Civiltà Scientifica Tecnologica e Industriale, è duramente contraddetto da almeno quattro grandi fattori.

1. La gravissima crisi ambientale che, nonostante i tentativi politici per occultarla, si rivela ogni giorno più pericolosa. Gli equilibri naturali e climatici della Madre Terra sono stati compromessi da meno di 50 anni di industrializzazione. La "scomoda verità" dimostrata dagli studi dei 2,500 scienziati del IPCC nel 2006,<sup>11</sup> nel 2009 è ulteriormente aggravata perché il consumo sempre più massiccio dei combustibili fossili e delle risorse naturali determina un *global warming* molto più veloce di quanto pronosticato. Al vertice di Copenaghen del dicembre 2009 è stata ammessa la "catastrofe ambientale" imminente ma i vecchi paradigmi mentali e le logiche del consenso hanno impedito che fossero raggiunte reali intese politiche. Come se non bastasse, in Italia il problema viene del tutto ignorato dal nostro Primo Ministro..

2. La contraddizione intrinseca al paradigma di pensiero moderno materialista ed economicista. La monovisione moderna infatti presuppone che la crescita economica illimitata soddisfi i bisogni dell'uomo considerati come esclusivamente materiali. Si presuppone, dunque, che ogni persona sia mossa dall'interesse personale ed egoistico

---

<sup>9</sup> Arundhati Roy, *Guerra è pace. Guida all'impero per la gente comune*, Milano, Guanda. M.Pallante afferma giustamente che "l'arte contemporanea e la letteratura d'avanguardia hanno svolto un ruolo decisivo valorizzando l'innovazione in quanto tale e utilizzandola come una clava per demolire a livello culturale il passato e il valore della conservazione" (*La Felicità sostenibile*, p-75)

<sup>10</sup> Nessuno mette in dubbio l'evoluzione dalla scimmia all'uomo sapiens, ma questa linea evolutiva si è completata più o meno 50.000 anni fa. Bisogna considerare che da allora il divenire dell'uomo precede secondo modelli culturali, non Naturali.

<sup>11</sup> Cfr l'importante video-denuncia di Al Gore: *An Inconvient Truth. A Global Warning*, Paramount Classics, 2006. Insieme agli scienziati dell'IPCC ha ottenuto il Nobel per la Pace nel 2007.

ma che poi una “mano invisibile” trasformerà le azioni egoiste degli individui in benefici per la società intera, nel bene comune. Questa credenza nella cosiddetta “armonia naturale degli interessi” non solo non torna, ma è raccapricciante dal punto di vista etico. Infatti oggi, su 6,5 miliardi di esseri umani sulla terra, solo uno vive in maniera agiata, due se la cavano e gli altri tre e mezzo sono considerati esuberanti. Nonostante i proclami della FAO di debellare la fame nel mondo, nel 2009 il numero di poveri che soffrono la fame ha superato per la prima volta il miliardo (un sesto dell’umanità!).

3. Non ultima per importanza, va considerata la crisi esistenziale che il mondo moderno ha prodotto nelle giovani generazioni. Essa si manifesta nello spaesamento, nella perdita di senso della vita, nel nichilismo, nella ricerca dello sballo nell’alcool e nella droghe, in atteggiamenti violenti. Questo malessere dei giovani è talmente diffuso che non possiamo più imputarlo sbrigativamente a cause psicologiche, al caso singolo e dunque a livello individuale. Come ha sostenuto Galimberti, bisogna riconoscerlo come un malessere collettivo, come “una crisi che coinvolge i fondamenti stessi della nostra civiltà”. Occorre dunque fare piazza pulita dei tanti rimedi inutili e magari nocivi che sono stati escogitati nel tempo senza che sia mai stata colta la vera natura del malessere. I giovani vivono un disagio non più psicologico ma culturale e quindi bisogna interrogarsi ed agire sulla cultura collettiva.<sup>12</sup>

4. La crisi economico-finanziaria che dal 2007 mina la base stessa del sistema di sviluppo che l’Occidente ha inventato. Più produzione, più consumi, per avere più profitti. Alla radice stessa di questa crisi c’è il dio-denaro, dio assoluto, al di sopra di qualsiasi altro valore. La ricerca esclusiva del profitto economico ha prodotto prima l’economia finanziaria drogata e poi le famose bolle speculative americane. Ma non è sempre lo stesso principio – quello della ricerca del profitto – che sta alla base di qualsiasi agire imprenditoriale, di ogni più banale rapporto commerciale? Non è questo principio ciò che tesse tutto il nostro sistema di vivere?

Ormai produciamo molte più merci di quante se ne riescano a vendere. Nonostante tutti gli sforzi dei governi occidentali democratici (sempre incatenati al consenso della maggioranza) e dei media per tranquillizzarci e farci credere che sia solo una crisi momentanea, quale potrebbe essere il motivo che dovrebbe invertire l’attuale tendenza decrescente dell’economia capitalistica e consumistica?

## Uscire dal mito guardando al altre civiltà

E allora? Si tratta di riconoscere che il mito è quella griglia interpretativa che ci fa leggere la realtà, ma che diventa essa stessa invisibile. “*Il nostro mito ci è sempre nascosto. Sono coloro che vivono in un orizzonte diverso a svelarlo*”.<sup>13</sup>

Facciamoci aiutare dunque da chi ha vissuto in orizzonti diversi. Per esempio da Fritz Schumacher che visse per qualche tempo in Birmania e studiò attentamente l’economia buddista, cioè quell’aspetto dell’Ottuplice sentiero che Buddha considerava essenziale al fine di sradicare il desiderio. La Nobile Verità lo definisce come “Il giusto sostentamento” o “I giusti mezzi di sussistenza”.

Iniziamo dall’idea di lavoro che è uno dei pilastri dell’economia moderna (a partire dal materialismo storico l’uomo si emancipa attraverso il lavoro). Secondo la visione buddista della vita, invece, il lavoro assolve ad una triplice funzione: quella di dare all’uomo la capacità di utilizzare e di sviluppare le sue facoltà, di renderlo capace di superare il suo egoismo collaborando con altri per uno scopo comune e, infine, di produrre

---

<sup>12</sup> Umberto Galimberti, *L’ospite inquietante, Il nichilismo e i giovani*, Milano, Feltrinelli. Ancora meglio delle numerose indagini condotte sui giovani, si vedano gli agghiaccianti articoli di Marco Lodoli su *Repubblica*.

<sup>13</sup> Così si esprime un grande sacerdote, Achille Rossi, *Il Mito del Mercato*, Città di Castello, L’altra pagine, 2002.

beni e servizi che servono per la sussistenza. Nelle società buddiste, la cesura tra lavoro e svago non è concepibile e siccome ciò che conta sono le persone e non la produzione, l'obbiettivo diventa quello che tutti lavorino con piacere, senza che ciò significhi che tutti debbano avere un lavoro esterno. Questo ha conseguenze importanti: il fatto che le donne, e in particolare le madri, siano impegnate in lavori esterni mentre i figli crescono senza la loro cura ed attenzione, sarebbe considerato altamente antieconomico dal punto di vista buddista.<sup>14</sup>

Questa visione del mondo - ma anche quella islamica, indù, o persino cristiana-medievale - concepiscono la soddisfazione dei bisogni primari dell'uomo come il cibarsi, il vestirsi, il lavorare, in maniera del tutto diversa da quella che impera oggi. Lo scopo dell'abbigliamento è in verità quello di ottenere un certo livello di comfort e di calore, conciliando questi elementi con un aspetto attraente. Attraverso design semplici, abbinati spesso ad una grande abilità a drappeggiare tessuti non cuciti, si sono sempre realizzati in Oriente, come in Medio Oriente o in altre società tradizionali, vestiti bellissimi riducendo al minimo lo spreco di stoffe e, quindi, di materie prime come cotone e lana.

Dal punto di vista dell'economia buddista, l'industria della moda occidentale, con l'enorme quantità di energia finalizzata ad inventare tutti gli anni vestiti diversi per buttare via quelli vecchi, e sprecando una grandissima quantità di stoffe per confezionare abiti complessi, sarebbe considerata completamente antieconomica. In Birmania, come nel Piccolo Tibet,<sup>15</sup> l'obbiettivo è sempre stato quello di ottenere il massimo benessere dell'uomo con il minimo consumo. I beni non rinnovabili, cioè di derivazione naturale come l'acqua e i combustibili, sono stati sempre trattati con grande cura e dando meticolosa attenzione alla loro conservazione.

Proprio a partire da questi orizzonti radicalmente diversi, Schumacher può lanciare la sua critica radicale all'economia moderna che con il suo mito della crescita e della produzione, si sta "mangiando" il Capitale, cioè la Natura nella sua forma di energie non rinnovabili.

L'autore di *Piccolo è Bello* non limita però la sua argomentazione a queste sia pur importantissime considerazioni ecologiche. Egli prende in esame le teorie del più influente economista del nostro tempo: Lord Kenyes - di cui, da giovane, era stato uno dei più promettenti allievi - e lascia che siano le sue stesse parole a mettere a nudo l'essenza dell'economia moderna.

Nel pieno della Grande Depressione degli anni 1930, Kenyes scriveva "che arriverà il giorno, non troppo lontano, in cui tutti saremo ricchi. Ma non è ancora il tempo. Almeno per altri 100 anni dovremmo pretendere da noi stessi e da ciascuno che ciò che giusto è cattivo, e che ciò che è cattivo è giusto, perché il cattivo è utile, mentre il giusto non lo è. Ancora per un po' di tempo, ingordigia, usura e precauzione dovranno essere i nostri dei".<sup>16</sup>

Queste parole così loquaci, mettono ben in chiaro l'essenza dell'economia moderna: essa è il contrario dell'etica.

"Il progresso economico è ottenibile solo se facciamo leva su quei potenti impulsi dell'egoismo che le religioni e le tradizioni spirituali ci impongono universalmente di reprimere" sintetizza Schumacher e conclude con un giudizio che oggi, purtroppo, possiamo verificare ogni giorno: "*L'economia moderna è sospinta dalla frenesia di*

---

<sup>14</sup> Cfr. F. Schumacher, *Small is Beautiful*, in particolare cap.II, "Buddhist Economics".

<sup>15</sup> Interessantissime sono anche le osservazioni sul Piccolo Tibet di Helena Norbert Hodgedge, *Il Futuro nel passato*, Arianna Ed. 1993.

<sup>16</sup> L.Keynes, *Prospettive economiche per i nostri nipoti*, 1930 citato in *Small is Beautiful, Economics as people mattered*, London, 1973, p.24.

*ingordigia ed asseconda un'orgia di invidia. Queste non sono caratteristiche accidentali, ma le reali cause del suo successo espansionistico.*"<sup>17</sup>.

In maniera molto simile si era espresso il Mahatma Gandhi, che nato in una tradizione induista e giainista, proveniva anch'egli da una visione davvero diversa del mondo. Agli occhi di Gandhi, *"La moderna civiltà materialista nasce, alla radice, da un atteggiamento di massima indulgenza verso se stessi e ai propri bisogni. La sua insensata adorazione della materia ha dato origine ad una mentalità che guarda al progresso materiale come alla meta ultima e che ha perso la nozione dei veri fini del vivere"*.<sup>18</sup>

Gandhi ricordava la frase di Gesù *"Non si può servire Dio e Mammona allo stesso tempo"*, e con lucidità avvertiva che *"L'Europa, o più ingenerale l'Occidente, sono ormai del tutto dediti al culto di Mammona. Ma la sola dottrina morale coerente corrispondente a questa visione della vita è l'utilitarismo, per cui la vita morale resta del tutto soffocata"*.

Gandhi parlava così nella prima metà nel 1900. Eppure le sue forti posizioni, compresa quella contro la "follia" delle macchine, sono molto più dense di significato oggi, piuttosto che allora. Adesso che stanno andando in frantumi le certezze e delle persuasioni di cui si ammantava l'incedere della Superiore Civiltà Moderna Occidentale nel resto del mondo.

## La finanza islamica

Per concludere, manca ancora un ultimo sprazzo di cielo diverso su quella che è la base della nostra economia: la finanza.

Sul fatto che negli ultimi 30 anni l'economia finanziaria sia divenuta il nocciolo della nostra economia non ci sono dubbi. Basta sapere che alla fine degli anni 90 i profitti prodotti in un anno nel modo equivalevano allo scambio finanziario di soli quattro giorni. Peccato che questa "cuccagna" sia finita e che la ricerca esclusiva del profitto si sia ingrippata!!

L'orizzonte diverso proviene questa volta dal mondo islamico. Quello stesso Islam che dopo 11 Settembre si configura come il maggior nemico dell'Occidente (almeno a giudicare dalle nostre guerre effettive o annunciate, in Afganistan, in Irak, in Iran ) ed è generalmente da noi considerato come un residuo medievale! La dove religione e vita civile non sono ancora separati, dove la legge coranica ( la Sharia) è anche legge dello Stato!

Anche la finanza islamica segue le leggi della Sharia e gli uomini la praticano attenendosi fedelmente ai principi della Sharia. Ecco come i mussulmani stessi la definiscono: *"La variante islamica della finanza è antica come la religione dell'Islam. E' centrata sul fatto che il denaro in sé stesso non ha alcun valore intrinseco.*

*La ricchezza può essere generata solo attraverso un legittimo commercio e l'investimento in attività concrete. Il denaro deve essere usato in un modo produttivo. Il rischio deve essere condiviso tra la persona che provvede il capitale e la persona che fornisce il parere tecnico sull'investimento. Altrimenti è usura."*

Questa visione islamica del mondo - che con sufficienza consideriamo "medievale"- si attiene al versetto 275 della seconda sura del Corano che recita: "Dio ha reso lecito il commercio e illecito l'interesse". A differenza del cristianesimo che ha dimenticato le indicazioni di Cristo su Mammona, l'islam ci insegna che non si può guadagnare chiedendo interessi sui prestiti (*riba*) perché questa non è altro che una forma di usura. Pertanto ci deve essere una completa condivisione dei rischi da parte del creditore e del

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 31. Sempre Schumacher fa notare che fa notare che solo nel 1830, l'istituzione all'Università di Oxford della prima cattedra di Economia politica, suscitò non pochi imbarazzi, in quanto all'epoca era ancora viva la sensibilità di quanto i principi economici fossero la completa antitesi dei principi morali.

<sup>18</sup> M.Gandhi, *Satyagraha days in Madras*.



debitore e tutte le transazioni finanziarie devono poggiare su un attivo reale, e quindi escludere il ricorso a quei prodotti "derivati" che da noi hanno fatto esplodere la crisi del 2007. L'altro pilastro della finanza islamica insegna che non bisogna effettuare investimenti che non siano socialmente responsabili e dunque essi non possono riguardare la pornografia, l'alcol, il tabacco o le armi - tutti generi di grande esportazione a casa nostra!.

Nei freddi mattini dell'inizio del 2010, proviamo a tenere presenti questi orizzonti diversi, mentre guardiamo al nostro mondo di oggi o semplicemente leggiamo i giornali. La Decrescita allora non ci sembrerà più uno spauracchio terribile, ma piuttosto una benefica cura, una sorta di dieta per ritornare in salute.

Pensavamo di crescere e invece crescevano delle masse tumorali. Le abbiamo scambiate per "sviluppo" e "progresso"! Ma oggi non è difficile fare un esame istologico sulle masse di crescita tumorali: le diagnosi balzano agli occhi senza bisogno di troppi strumenti sofisticati.

E allora? Iniziamo con la Decrescita! E' chiaro che sarà felice! Inventiamoci un altro futuro! Inventiamoci altri lavori! Inventiamoci un altro modo di vivere in cui sia possibile riconoscersi! E' facile!. Basta iniziare da un piccolo gesto ma così importante e così non-violento! Il gesto di spegnere il bottoncino della televisione, per esempio! Basta iniziare con una cosa che non costa nulla: digiunare! Digiunare da tutte quelle cose che il marketing ci vuole convincere di aver bisogno e di cui non abbiamo bisogno affatto! Soprattutto torniamo ad essere semplici, e molte cose si chiariranno da sole! Anche questo non è difficile: basta tornare a guardare con i nostri occhi la Natura, la grande Maestra!<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Non c'è dubbio che Decrescita ed Ecologia sono intimamente connesse, al proposito si veda il mio *Tiziano Terzani: la Natura grande maestra* in questo sito.