

POVERTA' E RELAZIONI

Art. 11. Cristo, fiducioso nel Padre, scelse per Sé e per la Madre sua una vita povera e umile [12], pur nell'apprezzamento attento e amoroso delle realtà create; così, i francescani secolari cerchino nel distacco e nell'uso una giusta relazione ai beni terreni, semplificando le proprie materiali esigenze; siano consapevoli, poi, di essere, secondo il Vangelo, amministratori dei beni ricevuti a favore dei figli di Dio. Così, nello spirito delle "-Beatitudini-", s'adoperino a purificare il cuore da ogni tendenza e cupidigia di possesso e di dominio, quali "-pellegrini e forestieri-" in cammino verso la Casa del Padre.

LA CATEGORIA DI HOMO

Come diceva il sociologo russo Pitirim Sorokin dietro ad ogni sociologia ed economia esiste una visione filosofica ed antropologica ben precisa, non esiste una sociologia o una economia NEUTRA. Quando si definiscono le leggi dell'economia, per esempio, si parte da una precisa visione dell'uomo; tale visione viene chiamata: paradigma.

Ora, secondo alcuni epistemologi, come Thomas Kuhn, il mondo passa da un paradigma all'altro (cioè un modo di vedere e comprendere il mondo ad un altro modo) e questo avviene quando le categorie che tu avevi non servono più, in altre parole quando le risposte di ieri non valgono più per i problemi di oggi e quando succede ciò si vive una **crisi** (le conosciamo anche nella nostra vita personale). In tutta la storia è sempre stato così: per la scienza si è passata dal sistema Tolomaico a quello Copernicano, dalla prima alla seconda rivoluzione scientifica;

Sotto l'aspetto politico-economico abbiamo assistito alla rivoluzione industriale, alla fine degli anni '90 al fallimento della vicenda ideologica e storica del comunismo e oggi alla crisi finanziaria attuale.

Quando si sta vivendo un momento di crisi si cerca, almeno inizialmente, di affrontarla con le modalità che si conoscono: nel nostro caso, quella consumistica: l'economia attuale si muove con i consumi, se non si consuma non si produce e se non si produce non si lavora. Il problema è che non ci sono più mercati a cui vendere i prodotti ...quindi il paradigma dell'*homo consumens* non funziona più.

CHI È L'HOMO OECONOMICUS E QUALE CULTURA CREA

Caratteristica tipica di questo "uomo" è che egli pensa che la massimizzazione dell'utilità porta, conseguentemente, ad una massimizzazione della felicità; ne consegue che l'uomo è tanto in quanto

dispone (come consumatore) di beni economici e di conseguenza egli, avendo la propria *ratio essendi* non in sé, ma nelle cose da consumare, è spossessato della propria identità, è fatto altro-da-sé ed è costretto alla contraddizione del dover dipendere da cose a lui esterne per poter essere sé medesimo.

Basti pensare al fenomeno, tipico delle società opulente, dei «bisogni indotti» dalla società dei consumi, all'interno del quale si iscrive la corsa dei cosiddetti *must*, cioè a quei beni che si debbono avere se si vuol conseguire un certo *status sociale*. E non importa nemmeno poi tanto che questo status venga effettivamente raggiunto: l'importante, in definitiva, è avere (e, soprattutto, dare) l'«apparenza» di averlo raggiunto. *Anche perché spesso le prestazioni che la società ti chiede di raggiungere sono così esigenti, così alte che non si riesce a soddisfarle, allora non rimane che "far credere" di averle raggiunte.* Ma declinandosi sempre più nell'«apparire», l'individuo impara a vedersi con gli occhi dell'altro; impara che l'immagine di sé è più importante delle sue capacità. E dal momento che verrà giudicato da chi incontra in base a ciò che possiede e all'immagine che rinvia, e non in base al «carattere» come accadeva nelle epoche non consumistiche, tenderà a rivestire la propria persona di teatralità, a fare della sua vita una «rappresentazione», e soprattutto a percepirsi con gli occhi degli altri, fino a fare di sé uno dei tanti prodotti di consumo da immettere sul mercato - *quanto valgo io per l'altro? E questo ha delle conseguenze anche sull'ambito affettivo: io non sono un padre, madre, sacerdote, sposo; io recito la parte del padre, moglie, consacrato e così posso lasciare tutto come se si cambiasse canale: ora recito un'altra parte.*

L'inevitabile corollario di questa posizione è una «cultura dell'aver» in base alla quale chi non dispone di nulla (chi «non ha»), «non è» nulla e, quindi, non esiste nemmeno come soggetto di diritti, meritevole di considerazione e rispetto. Quindi l'uomo non è semplicemente come un soggetto che compie determinate attività (produttore-consumatore) bensì come un essere la cui essenza è tutta risolta in quelle stesse attività (Cartesio diceva: *cogito ergo sum*, ora si potrebbe dire: *consumo ergo sum*).

Altra conseguenza è che l'intera esistenza umana, in tutte le sue espressioni e perfino nei suoi misteri più profondi, viene fagocitata nella logica del mercato e, con ciò, viene mercificato. Il mercato si incarica, dunque, di fornire risposte che sappiano «soddisfare» anche i bisogni esistenziali dell'utenza. Ma le risposte che il mercato può offrire sono solo prodotti: esso, infatti, se lo si pone come assoluto, «ignora l'esistenza dei beni che per loro natura, non sono né possono essere semplici merci». Allora, per poter essere sicuri di soddisfare i bisogni dell'utenza (e, con ciò, di controllare tanto i bisogni quanto gli utenti stessi) la strategia migliore sarà quella di ri-plasmare la domanda (cioè i bisogni e, naturalmente, gli utenti) in modo da renderla congruente con l'offerta (i prodotti). Si tratta perciò di *ingenerare nell'uomo la convinzione che l'unica forma di soddisfazione possibile*

(e, anzi, reale e vera, perché a portata di mano) è *quella che si orienta alle cose prodotte per la consumazione* e, in definitiva, si esaurisce in esse. In questo contesto la parte del leone la fa la pubblicità. I suoi inviti sono esplicite richieste a rinunciare agli oggetti che già possediamo, e che magari svolgono ancora un buon servizio, perché altri nel frattempo ne sono sopraggiunti, altri che “non si può non avere”.

E più concretamente

- la **sessualità umana** viene ridotta all'esercizio meccanico della genitalità che alimenta ed è alimentata dal mercato della prostituzione, della pornografia, creando delle vere e proprie dipendenze.
- Le **relazioni interpersonali** vengono ridotte a calcolo utilitaristico e nella logica dell'usa e getta. *Anche l'affettività non viene vista come dono all'altro ma come scambio: io ti do attenzione, ascolto, protezione e tu mi dai coccole, compagnia, etc.; il social network per la personalizzazione dei rapporti, la virtualizzazione rende ancor meno palpabile le persone e quindi rende più facile questo svalorizzare l'altro a favore dell'utilità che invece può darmi.*
- Così pure **le relazioni tra i popoli**, ridotte a contrapposizione di interessi spinte fino al conflitto, del resto necessario per alimentare il fiorentissimo mercato delle armi. A questo proposito, la logica del solo profitto impone che se un armamento resta inutilizzato per mancanza di guerre e quindi di potenziali acquirenti, si possono inventare conflitti «per ragioni umanitarie», o si possono produrre armi «migliori» che rendono obsolete quelle precedenti; anche se si fa una certa fatica a capire in che cosa consista il «miglioramento» in una situazione in cui, con le armi a disposizione, già esiste per l'umanità la possibilità di sterminare se stessa in modo totale.
- Perfino **l'anelito religioso verso il Mistero** viene snaturato per alimentare il mercato dell'occulto: si pensi all'innumerabile schiera di maghi, cartomanti, all'enorme credito ed utenza di cui gode l'astrologia, sorretto anche dalla diffusione di riviste specializzate.
- Nemmeno quegli aspetti dell'esistenza umana che sembrerebbero meno facilmente mercificabili sfuggono alla presa di questa logica. Anche **la sofferenza propria e altrui**, gli interrogativi più angosciosi e drammatici che il vivere stesso pone all'uomo trovano una loro collocazione ed una «risposta» nella logica del mercato. Un solo riferimento può bastare: il mercato della droga.

È necessario, quindi, che l'uomo rinunci alle sue aspirazioni più profonde, cioè a tutto ciò che per sua natura trascende l'orizzonte delle cose-da-consumare: la realtà «spirituale». È dunque della

dimensione spirituale che l'uomo e la sua esistenza devono essere liberati, affinché possano essere introdotti e manipolati nella logica del mercato.

Altra conseguenza di questa cultura dell'*homo economicus* o *consumens* riguarda il suo rapporto col **LAVORO**.

La cultura capitalista e quella marxista, apparentemente molto distanti tra loro, avevano in comune il mettere al centro della vita e del valore dell'uomo, il LAVORO. La democrazia moderna nasce "fondata sul lavoro", nel senso che le differenze sociali debbono essere giustificate sulla base del lavoro, che, accanto alla categoria dell'AVERE, diventa il nuovo e unico metro di misura del valore di una persona. Un *leader* politico che non lavori o non abbia lavorato è visto come un personaggio poco serio e mal affidabile, e una persona che non lavori in età attiva è vista quanto meno in modo sospettoso e come cittadino di seconda categoria. Inoltre, il lavoro diventa poi un criterio importante nella redistribuzione della ricchezza che un sistema economico produce, è molto ancora, un criterio che resta un punto di riferimento ineludibile, e ci porta provare un senso di iniquità quando vediamo ricchezze guadagnate speculando su titoli, o con il gioco, o quando vediamo stipendi di *manager* che sono centinaia di volte superiori a quelli dei loro dipendenti.

Quali sono allora alcune **CARATTERISTICHE IMPORTANTI DELL'ATTUALE UMANESIMO DEL LAVORO** della cultura occidentale?

Ne indichiamo tre:

- 1) L'attuale cultura al tempo stesso *esalta* e *deprime* il lavoro.
 - a. Da una parte, infatti, nessuna cultura come la nostra magnifica l'attività lavorativa, cioè fa entrare il lavoro dappertutto, lo fa diventare la nuova "misura di tutte le cose", crea un nuovo tipo di uomo, *l'homo laborans*.
 - b. Dall'altra parte, nessuna cultura come la nostra usa e strumentalizza il lavoro per uno scopo sempre più "esterno" all'attività lavorativa stessa:
 - a. *non lo valorizza in sé ma lo asservisce al profitto*, una tendenza che sta invadendo sempre più anche in campo educativo, dove il valore di un corso di studi è misurato da quanto rende nel mercato del lavoro, e non per il valore intrinseco dell'esperienza formativa stessa. *È l'efficienza*, infatti, *non la bontà intrinseca dell'azione lavorativa che sempre più, misura la qualità di un lavoratore, di una persona, di una regione, di un popolo*.

b. *il lavoro viene servito al consumo*, dando vita ad uno dei fenomeni più preoccupanti del nostro tempo: la rincorsa ai consumi anche quando le possibilità di reddito non lo consentono, indebitandosi per consumare beni di *status* che vanno al di là dei propri mezzi.

2) Oggi *si lavora*, ad un tempo, *troppo e troppo poco*:

a. *siccome il lavoro riempie un vuoto antropologico crescente, esso occupa uno spazio di via maggiore della vita nostra e dei nostri concittadini*. Lavoriamo tanto anche per *riempire i vuoti interiori e le solitudini*. E questo perché nella società post moderna si è spezzato il confine tra lavoro e non-lavoro, che era molto più netto delle società cosiddetta fordista o taylorista.

b. Ma parallelamente, stiamo assistendo ad una estensione orizzontale e superficiale del lavoro, a scapito di una perdita di profondità: *si lavora tanto ma spesso senza fare esperienze pienamente umane mentre si lavora*.

3) L'incrocio di queste due culture del lavoro ha prodotto l'idea, oggi dominante, che *l'essere umano è in quanto lavoratore*. È lavoro che dice chi siamo agli altri, che determina quanto ho e se sono pagato, che crea le nuove gerarchie sociali, che determina l'uscita e l'entrata nelle stanze del potere. Con l'effetto inevitabile che quando poi il lavoro termina o entra in crisi, con esso entra in crisi profonda anche la nostra identità come persone, e non solo come lavoratori. *Ci sono - e non solo che cosa faccio - ora che sono in pensione? E ANCORA: chi non può lavorare, persone con handicap di varia natura, non sono "persone" funzionali e quindi non sono "utili" alla società? Quindi le emarginiamo. Gli anziani? Questi elementi deboli della società e l'attenzione che viene loro dedicata sono l'esempio della nostra realtà in cui viviamo.... i lebbrosi di oggi. Nella cultura Giapponese chi perde il lavoro lascia spontaneamente la casa per diventare un barbone, si sente un fallito perché non ha più un lavoro e non può mantenere la famiglia.*

CHI È L'HOMO RECIPROCANUS E QUALE CULTURA CREA

Il paradigma *dell'homo oeconomicus* è frutto di una precisa visione antropologica di natura pessimistica verso l'uomo, e trova le sue origini a partire dal cinquecento con Machiavelli (il Principe), e poi con Hobbes (*homo homini lupus*), per poi passare ad una certa lettura di Adam Smith fino ad arrivare a Bentham (che confonde *utility con happiness*).

Però verso gli anni '80 del secolo scorso si sviluppò una branca della sociologia economica che rivisitò il paradigma dell'*homo oeconomicus* proponendone un altro, più vicino alla realtà: *homo reciprocans*, cioè un uomo che non ha come unico obiettivo il massimizzare gli utili, che non si identifica solo con le cose che possiede o con il ruolo professionale che copre, ma che considera importante per la sua felicità le relazioni.

Tale visione trova le sue radici nel pensiero francescano.

Si presenterà brevemente i due aspetti prima analizzati in chiave *homo oeconomicus* — il rapporto con le cose e il rapporto col lavoro — in chiave francescana.

POVERTÀ

Francesco è conosciuto come il “Poverello di Assisi” ma uno degli elementi più caratteristici della spiritualità francescana è la fraternità. L'uomo è ad immagine di un Dio che è Trinità, cioè che non è solitario come le vede altre religioni monoteiste ma è relazione tra tre Persone. Francesco è un innamorato di Cristo e tutto ciò che lui fa è in funzione di una maggiore vicinanza con Dio. Lui non segue la povertà come valore in sé ma come mezzo per renderlo più conforme a Cristo.

Al tempo di Francesco nasce una nuova classe sociale: la borghesia, che inserisce il denaro (l'“AVERE”) come criterio di valutazione delle persone.

Ora uno dei motivi per i quali Francesco aborrisce il denaro era il fatto che le monete non erano in grado di rappresentare credibilmente la realtà del mondo naturale e sociale: il “lupo di Gubbio”, i lebbrosi incontrati per via e accuditi senza paura fino a dividerne la scodella (che è quello che gli fa cambiare il suo cuore: *quello che prima mi era amaro si trasformò in dolcezza di animo e di corpo*, scriverà nel suo Testamento) non appartengono alla città e il denaro non può raffigurarne il valore. Esiste un altrove che, come le foreste, circonda la città: qui il denaro non funziona più come mezzo di comunicazione, non spiega e non schematizza la realtà.

La povertà di Francesco, e questo sconvolge i suoi contemporanei, sembra consentirgli di scoprire la bellezza di quanti si trovano altrove rispetto ai codici della convivenza ecclesiale, municipale, nobiliare, mercantile e militare, con i quali il denaro non serve per relazionarsi con loro.

Se ciò che rende felice l'uomo è la relazione allora il denaro deve facilitarla e ove la ostacoli allora è meglio usare altre modalità (la reciprocità).

E spesso viene usato il denaro proprio per evitare la relazione: *l'atteggiamento compassionevole che noi abbiamo con il barbone alla stazione al quale diamo 2 euro per sentirci la coscienza a posto, non è cristiano. Tu frapponi tra te e il mendicante il denaro, a te non interessa sapere come lui stia (capita che vengono dati a loro del denaro ma mai ci si ferma a chiedere come stanno) perché si rischia di iniziare una relazione con questa persona che non sai dove ti può portare.*

Il sociologo Georg Simmel, nel suo trattato Filosofia del denaro, dice che il denaro è impersonale in quanto "non lascia dietro nessuna traccia". Compensare una prostituta con il dono di un oggetto, sarebbe meno adatto a questo tipo di rapporto, perché il dono porterebbe l'impronta della persona che lo offre molto di più di quanto non faccia il semplice passaggio di contanti. L'uso di regalare per Natale una busta con del denaro, magari anche a persone con stretto legame parentale, non denuncia forse una mancanza di attenzione, di "spreco" di tempo con l'altro per capire i suoi gusti?

Inoltre quando parliamo di passaggio tra consumo e relazione intendiamo anche mettere in discussione questo mercato che se è molto efficiente nel fornire i beni materiali forse non lo è altrettanto per quanto riguarda i **beni relazionali**.

Che cosa c'è di più raro dell'amore? Di un amico che ti ascolta? Questo è un bene prezioso al punto che se lo dovessi pagare dovrei spendere una cifra esorbitante ma attenzione!

Se pagassi il tempo che un amico mi dedica per ascoltarmi questo suo gesto perderebbe subito di valore perché per i beni relazionali le leggi di mercato sono veleno.

LAVORO

Uno dei documenti della DSC che si sofferma di più nel parlare del Lavoro è la *Laborem exercens* di Giovanni Paolo II, del 1981. Al numero 9 di questo documento leggiamo:

*"Il lavoro è un bene dell'uomo - è un bene della sua umanità -, perché mediante il lavoro l'uomo non solo trasforma la natura adattandola alle proprie necessità, ma anche **realizza se stesso come uomo** ed anzi, in un certo senso, «diventa più uomo»".*

Come si evince dalla Sacra Scrittura e da tutta la Tradizione della Chiesa, l'uomo è ad immagine e somiglianza di Dio-Trinità. Quindi più diventa fedele a questo "modello trinitario" e più diventa UOMO.

Che significa? Che più l'uomo è capace di relazioni sane, di donarsi, di amare e più è UOMO. Allora potremmo dire che la mia attività "professionale" è LAVORO se e nella misura in cui mi aiuta ad amare di più (*se mi fa diventare più arrivista, più egoista non è lavoro! È andare ad allenarsi dentro una Arena*).

In altre parole l'idea forza che emerge dalla DSC è la seguente: *lavoriamo veramente quando il destinatario della nostra attività lavorativa libera è "un altro"*. Cioè se l'attività lavorativa è attività umana e se l'umano è davvero tale quando è amore, quando si dona agli altri, allora *lavoriamo davvero quando la nostra attività è espressione di questo amore*. Di conseguenza questo "lavorare per" può essere visto come la condizione necessaria per poter parlare di lavoro dalla prospettiva che qui adottiamo. Ecco, allora, perché non è lavoro l'attività del bambino che gioca per sé; come non è lavoro l'*hobby*, mentre è lavoro quello della casalinga, o quello del volontario. Ma se un bambino dà vita ad "un'azione per i poveri", non sta semplicemente giocando, ma svolge pienamente un'attività lavorativa; viceversa il lavoro dell'adulto può diventare solo il suo modo di giocare (*magari alla guerra*), invece di lavorare.

Si capisce poi che "lavorare per" ha MOLTE DIMENSIONI.

Innanzitutto non è solo *lavorare "per te"* che mi siede di fronte, che vedo, e con cui ho un rapporto personale.

Significa anche *lavorare "per lui"* o *"per lei" che non vedrò mai* magari, e che non saprò neanche riconoscere qualora lo incontrassi, perché, magari, *è la moglie del mio collega che è contento perché il marito torna a casa dal lavoro sereno grazie anche al mio atteggiamento amichevole verso di lui*.

Infine, se lavoro "per", lavoro anche *"per me"*, ma come ritorno, come reciprocità verso Gesù che dice: *"ciò che avete fatto ad uno di questi miei fratelli più piccoli, lo avete fatto me"*.

Questa nuova cultura del lavoro richiede che il lavoro sia inserito dentro un contesto più ampio che è quello dell'amore. Ovviamente l'amore è tale solo se fatto nella **GRATUITÀ**.

È una parola-chiave del nostro discorso. Per gratuità intendo qui *quell'atteggiamento interiore che porta ad accostarsi ad ogni persona, ad ogni essere, a se stessi, sapendo che quella persona, quell'essere vivente, quell'attività, me stesso, non sono cose da usare, ma con le quali entrare in rapporto rispettandole e amandole*.

C'è un legame strettissimo tra gratuità e attività fatte per motivazioni intrinseche (quelle attività, cioè, che hanno in se stesse la loro ricompensa).

Se gioco a tennis con una persona e vedo che l'altro fa di tutto per vincere, perfino "giocare sporco" o arrabbiarsi quando sta perdendo, ci rimango male perché intuisco che l'altro non trova piacere a stare con me nel giocare ma usa la partita, strumentalizza me per affermare se stesso attraverso una vittoria.

Alcuni accorgimenti:

- *La cultura della gratuità non va confusa con l'altruismo, con la filantropia, né tantomeno con l'assistenzialismo: **gratuità non significa essere più buoni o altruisti di altri; è invece un atteggiamento interiore, una questione di reciprocità, che parte dalla consapevolezza che non si può essere felici da soli, e che non è possibile fare la propria felicità senza fare quella degli altri.***
- **Deve essere perseguita come valore in sé e non per i buoni risultati che produce**
- **ATTENZIONE AL FENOMENO DELLO SPIAZZAMENTO:** Si può verificare il fenomeno noto come piazzamento, che un'applicazione moderna dell'antica *legge di Gresham: la moneta cattiva scaccia la moneta buona*. In questo caso la moneta cattiva sono le motivazioni strumentali che scacciano quella buona, rappresentata qui dalle motivazioni intrinseche, basato sul principio di gratuità. Che significa:
 - se mi insegnano ad essere gentile e interessato verso il cliente per vendere di più, nel momento in cui il cliente percepisce la strumentalità del mio atteggiamento posso tenere proprio l'effetto opposto a quello desiderato;
 - ciò che spiazza le motivazioni intrinseche della persona non è il denaro di per sé, ma ricevere denaro in un'attività per la quale non pensiamo di dover essere pagati

CONCLUSIONE

Perché abbiamo ritenuto utile soffermarci su questo aspetto dei paradigmi antropologici? Non rischia di essere solo una trattazione speculativa, fine a se stessa?

L'economia rientra tra le scienze sociali e, a differenza delle scienze naturali, le teorie che produce condizionano l'uomo.

Per esempio, un corpo in caduta libera non modificherà certo il suo modo di cadere o di accelerare in dipendenza del fatto che la teoria che ne descrive la caduta consideri o meno la forza di gravità. Il fatto è che se questo è vero per le scienze naturali, non lo è per le scienze sociali. In queste ultime, infatti, teoria e pratica sono contraddistinte da un rapporto di condizionamento reciproco. L'uomo tende per sua natura a rispecchiarsi nelle teorie che lo descrivono, modificandone il comportamento.

Considerando poi che la maggior parte di noi non è schizofrenica, le categorie che si usano nel mondo economico/lavorativo saranno anche le stesse di quelle usate negli affetti.