
La nuova religione del capitalismo

Autore: Luigino Bruni

Fonte: Città Nuova

Niente più dell'ideologia del business sta dominando il nostro tempo. Una ideologia prodotta e generata nelle business school di tutto il mondo, che conosce un enorme successo perché non si presenta come una ideologia o religione (quale è), ma come una tecnica, e quindi di portata universale

La dimensione religiosa del capitalismo non è cosa nuova. Prima che Max Weber o Carl Marx ce lo dicessero chiaramente, e ciascuno a modo suo, all'inizio dell'800 il francese Claude-Henri de Saint-Simon immaginò e realizzò una vera e propria religione degli imprenditori, dei capitalisti e della scienza, che ebbe un notevole successo e adepti in tutta Europa. In una sua famosa lettera scriveva: «La notte scorsa ho udito queste parole: “Roma rinuncerà alla pretesa di essere il centro della mia chiesa; il papa, i cardinali, i vescovi e i preti cesseranno di parlare in mio nome ... Sappi che lo ho fatto sedere Newton al mio fianco e gli ho affidato la direzione dell'intelligenza umana e la guida degli abitanti di tutti i pianeti... Ogni consiglio farà costruire un tempio che ospiterà un mausoleo in onore di Newton... Ogni fedele che risiede a meno di un giorno di cammino dal tempio scenderà una volta all'anno nel mausoleo di Newton. ... Nei dintorni del tempio saranno costruiti laboratori, officine, e un collegio. Ogni lusso sarà riservato al tempio...”». (*Lettere di un abitante di Ginevra ai suoi contemporanei*, 1803). Saint-Simon fondò una vera e propria nuova religione universale e laica, nella quale i sommi sacerdoti erano gli scienziati, gli ingegneri, gli industriali. Da Marx fu annoverato tra gli autori utopici. Ma, in realtà, se leggiamo bene le sue idee e il suo movimento, dovremmo dire che più che di utopia si trattava di una sorta di profezia, se pensiamo a cosa è diventato oggi quel capitalismo che il filosofo francese osservava nella prima fase del suo sviluppo. Con alcune differenze però: l'alleanza tra tecnica e capitale, al tempo di Saint-Simon ancora incipiente, oggi si è potenziata e radicalizzata, ma non sono stati gli ingegneri e i produttori a diventarne i sacerdoti. Il loro posto lo hanno preso i finanzieri e soprattutto i manager, e al centro del tempio non c'è il dio-produttore ma il dio-consumatore. Niente più dell'ideologia del *business* sta dominando il nostro tempo. Una ideologia prodotta e generata nelle *business school* di tutto il mondo, che conosce un enorme successo perché non si presenta come una ideologia o religione (quale è), ma come una tecnica, e quindi di portata universale. Gli stessi strumenti del *management* si applicano a Dallas e a Nairobi, a Milano e in Siberia, perché le tecniche non sono dipendenti dalla cultura e dal carattere dei popoli: un'automobile o una lavastoviglie funzionano allo stesso modo in tutto il mondo, con qualche attenzione per le gomme e per il liquido anti-gelo. Così le multinazionali capitalistiche e le comunità di suore, perché, si dice, sono tutte aziende e in quanto tali sono tutte uguali. E così, sotto l'universalismo della tecnica, si veicola una visione del mondo, della persona (individuo), delle relazioni sociali. Una visione che, come tutte le religioni, ha i suoi dogmi. I principali si chiamano meritocrazia e incentivi. Con la meritocrazia si legittima la disuguaglianza, perché i talenti non sono interpretati come dono ma come merito individuale. Un dogma da cui deriva la sempre più pervasiva idea che i poveri sono demeritevoli e quindi colpevoli, e in quanto tali non abbiamo nessun obbligo morale di soccorrerli – al massimo possiamo pagare qualche Ong per occuparsene in modo che non ci diano fastidio. Il dogma dell'incentivo, poi, parte dall'assunto che gli esseri umani si impegnano solo se adeguatamente incentivati con contratti e denaro, perché incapaci di lavorare bene solo per virtù o dovere etico. In nome della tecnica questa ideologia-religione-idolatria sta entrando nella politica, nella scuola, nella sanità, nelle chiese. E con essa sta avanzando una visione striminzita e rimpicciolita della persona, depotenziata di virtù e motivazioni intrinseche. Gli esseri umani hanno molti meriti, molti più di quelli che vedono e ricompensano le imprese. Rispondono certamente agli incentivi, ma prima rispondono alla propria coscienza, all'onore, al rispetto, alla dignità, anche nel

mondo del lavoro. Finché continueremo a produrre visioni riduttive degli uomini e delle donne, continueremo a generare luoghi del lavoro e del vivere troppo piccoli per quell'animale malato di infinito che si chiama *homo sapiens*.