

la riflessione

L'uomo ha un limite ed è questa la sua virtù

CULTURA

23_08_2026



Non si contano dibattiti e riflessioni sull'impressionante sviluppo della tecnica negli ultimi decenni, che ha ormai raggiunto un'accelerazione esponenziale. Cambiamenti che potevano impiegare secoli, hanno poi "assunto" l'unità di misura dei decenni, per poi esplodere a ritmi praticamente quotidiani, con l'esito pratico che è ormai l'uomo ad essere asservito alla tecnica. Per capire il fenomeno bisogna andare a fondo, e per apprenderne la risoluzione molto a fondo. Dobbiamo far tornare alla memoria il senso dell'ascesi che ha caratterizzato molte culture antiche, dove il limite era considerato la cifra amabile dell'umano, e la sua

accettazione, segno di matura virtù. Un quadro culturale irriso, rovesciato, fatto a pezzi, per divenire il nuovo terreno di crescita di capitalismo (e anticapitalismo!), consumismo, e idolatria della tecnica. Chiediamo a Olivier Rey, matematico e filosofo, membro del Centre national de la recherche scientifique, di aiutarci con una riflessione – in questo e nel prossimo articolo – che sappia andar al di là dei soliti luoghi comuni. (L.S.)

Molto tempo fa, i re di Francia sentivano confusamente che qualcosa stava loro sfuggendo di mano. Spinti dalla loro sete di potenza, dandosi continuamente da fare per ingrandire il loro regno e promuoverne l'attività, si rendevano conto che per questa stessa ragione quel regno diveniva un mastodonte sul quale perdevano presa. Cercavano di superare le difficoltà con una amministrazione sempre più sviluppata; ma allora, era la stessa amministrazione a divenire ingovernabile. [...] Voler essere sempre più potenti, conservando al contempo il controllo degli avvenimenti e degli uomini, è chiedere l'impossibile [...]

Sul piano economico e tecnico, dobbiamo anche riconoscere che, al punto in cui siamo, adottare la decrescita è una strada non priva di pericoli. Infatti, benché sia l'unica in grado di prevenire o attutire la catastrofe, la decrescita può ugualmente significare, per le comunità umane che la adotterebbero, un annientamento ancora più rapido [...]

L'incapacità di invertire il movimento non è soltanto politica, ma anche antropologica. Il regno della società dei consumi è ormai tale che l'im maturità generale che essa organizza e alimenta di impedisce di mettere un freno alle nostre avidità, ci rende inadatti a trovare soddisfazione nel limitato [...]

Questa fu la promessa del serpente nell'Eden: un atto di consumo – mangiare il frutto dell'albero proibito – farebbe accedere alla condizione divina concepita come perfetta autonomia. Tutte le culture si sono sforzate di far maturare gli uomini, di far loro prendere le distanze dall'infantile fantasma di indipendenza e dominio assoluti fissando limiti, facendo del riconoscimento dei limiti una condizione di saggezza. Uno dei più grandi sconvolgimenti moderni è di aver rotto con questa apologia dei limiti e di avere, al contrario, promosso l'illimitato.

La novità dell'epoca moderna non consiste nei desideri che si agitano nell'uomo, ma nello *status* che viene loro accordato: non più potenze da addomesticare e rendere feconde mediante il lavoro culturale, ma potenze cui dare libero sfogo, se non addirittura da incoraggiare e stimolare al massimo. Con grande gioia dei capitalisti, che

vedono i loro mercati ingrandirsi, le loro vendite e i loro utili aumentare; con grande gioia anche degli anticapitalisti di oggi, i quali immaginano che il capitalismo faccia lega con la vecchia morale e che, di conseguenza, celebrano come grandi vittorie ogni divieto eliminato, ogni “tabù” rovesciato, ogni trasgressione realizzata. In verità, ciò che viene presentato come accesso dell’umanità, infine liberata dei suoi antichi terrori e dei pregiudizi di un’altra età, all’autonomia, è un’involuzione culturale (perciò Hans Jonas si chiede, ne *Il principio di responsabilità*, se la cancellazione della trascendenza non sia stato «l’errore più colossale della storia»).

Rispetto agli dèi o a Dio, gli uomini si definivano esseri limitati; sotto lo sguardo divino, di volta in volta severo o benevolo, imparavano ad abbandonare la loro megalomania infantile per sviluppare le loro attitudini e costruire un mondo veramente umano. La modernità ha rigettato il divino, interpretandolo come una proiezione castrante, una illusione preadolescenziale di cui l’umanità doveva liberarsi per accedere, infine, all’età adulta. Tuttavia, secondo la formula attribuita a Chesterton, quando gli uomini smettono di credere in Dio non credono in niente, ma a qualsiasi cosa, e la condizione umana superiore che doveva risultare da un superamento della fede in Dio si rivela piuttosto un ritorno all’infantilismo e ai suoi fantasmi di onnipotenza. Fantasmi che la seduzione consumeristica contribuisce ad alimentare in quanto, lungi dall’emancipare, prolunga l’immaturità fino alla morte: «Il consumismo consiste infatti in un vero e proprio cataclisma antropologico» (Pier Paolo Pasolini, *Scritti corsari*, Milano 2006, p. 107).

L’autonomia, nella misura in cui è accessibile, consiste nell’ammettere i nostri limiti e nel realizzare ciò di cui siamo capaci, non nel continuare a cullarci in chimere narcisistiche di onnipotenza e appagamento totale che impediscono di trovare un compimento in ciò che rimane alla nostra portata – in primo luogo l’amore, l’amicizia, il lavoro, la mutua assistenza, la riflessione, la contemplazione; in definitiva, un bel po’ di cose – e ci riducono ad attendere tutto dalle proposte di mercato. Come ha scritto Christopher Lasch, «il nuovo paternalismo predica l’autorealizzazione e non l’abnegazione di sé. Si schiera con le pulsioni narcisistiche e scoraggia la loro modificazione in cambio del piacere di conquistare la fiducia in se stessi, seppure in un campo limitato, sensazione che in condizioni propizie si accompagna alla maturità» (*La cultura del narcisismo*, Milano 1988, p. 256). Non per niente, i giovani sono al contempo le vittime più importunate e i promotori più intransigenti della società dei consumi: è l’età più vulnerabile, quella che, data la sua scarsa presa sulle cose, si lascerà più facilmente inculcare che soddisfazione equivale a consumo; è anche quella che, a causa della sua schiacciante superiorità estetica, può essere proposta all’ammirazione

dell'insieme della popolazione.

I pubblicitari la trasformano in *target* e, al contempo, la propongono come modello da imitare. È facile, infatti, «per un abile manipolatore far nascere nel bambino qualunque desiderio conforme ai suoi interessi. Una volta erano i genitori a incaricarsi di questo genere di raggiri. Adesso che sono stati a loro volta ridotti allo stato infantile dal capitale, quest'ultimo si incarica di manipolare direttamente tutti, i piccoli come i grandi» (Claude Alzon, *La Mort de Pygmalion. Essai sur l'immaturité de la jeunesse*, 1974, p. 99). La società attuale è organizzata in modo tale da prefiggersi non di far maturare i giovani ma, al contrario, di bloccarne la maturazione con tutti i mezzi possibili – tra l'altro, convincendoli di essere per nascita persone pienamente realizzate che non hanno niente da imparare dalle generazioni precedenti, le quali suscitano semmai un sentimento di pietà per il loro essere fuori modo e che perciò vanno superate in un mondo in perpetuo cambiamento; convincendoli, inoltre, di doversi preoccupare più di non degenerare che di migliorarsi, più di seguire le loro voglie che di riflettere, più di essere “figo” che di complicarsi l'esistenza, più di trovare fantastica una vita organizzata dalla tecnologia che di inquietarsene [...]

Lo sviluppo, così come è stato concepito, ha sostituito le necessità e i desideri con bisogni sempre più grandi, accompagnati da rivendicazioni rabbiose di vederli appagati. Così la dinamica prosegue, quand'anche ci fossero sempre meno persone disposte a credere che sia valida e apportatrice di felicità. Al limite, il movimento potrebbe continuare sebbene nessuno più vi credesse né lo desiderasse.

Fonte: O. Rey, Dismisura. La marcia infernale del progresso, Controcorrente, Napoli 2016, pp. 192-198.