

Ripensare l'economia, riscoprire i valori

Intervista a Giancarlo Livraghi di Anna Luisa Buongiorno
marzo 2012

Pubblicata in AdV strategie comunicazione – giugno 2012

Per i lettori abituali di questo sito, alcune osservazioni non sono nuove.
Ma spesso *repetita juvant*. Comunque le domande sono interessanti, meritano risposte.
[g.l.]

La società dei consumi si è esaurita come paradigma di sviluppo?
È giunto il tempo di ripensare l'economia così come la conosciamo?

“Società dei consumi” è un concetto semplicistico che serve più a confondere le idee che a chiarirle. Ci sono situazioni molto diverse nel mondo – e anche all'interno di ogni paese o regione. Da stati di estrema privazione in cui manca il necessario a sprechi insensati che causano disagio e conflitti prima ancora di inquinare l'ambiente.

E accade sempre più spesso che siano “contigui”. Vediamo dolorose situazioni di povertà, sacrificio e umiliazione anche in economie considerate “ricche”. Ed eccessi plutocratici di turpi oligarchie anche in paesi “poveri” o cosiddetti “emergenti”. Con l'ovvia conseguenza di scatenare conflitti di cui, in molte parti del mondo, finora abbiamo visto solo un tormentato e confuso inizio.

È evidente che il “consumo”, quando si comincia ad averne l'esperienza, è una gioia in sé. Una conquista di libertà e buonumore. Per esempio l'Italia, sessant'anni fa, si stava trasformando da un paese storicamente “povero” a una nuova realtà in cui si diffondeva il “reddito disponibile” – cioè la possibilità per molte più persone e famiglie di comprare, o comunque avere, qualcosa di più dell'indispensabile alla sopravvivenza.

Il che non vuol dire solo poter soddisfare qualche desiderio, o “potersi permettere” qualche divertimento, ma anche accedere a valori essenziali come la cultura, l'informazione, la salute, il benessere fisico e morale.

Un ciclo ragionevole (che non è quello in cui ora stiamo vivendo) porta naturalmente a una “maturazione”. Una (relativa) abbondanza non è più un valore in sé. Diventa ciò che deve essere: uno strumento. Da usare con buon senso e ragionevole equilibrio per ottenere ciò che davvero conta – quell’insieme che fu intelligentemente definito quarant’anni fa dagli studi del “Gruppo di Roma”: “qualità della vita”.

Una manifestazione particolarmente perversa del potere della stupidità (non posso evitare di citare il mio libro sull’argomento – e i testi aggiunti online in gandalf.it/stupid/) sta nel fatto che le risorse tecniche, scientifiche, cognitive sono enormemente aumentate (e continuano a crescere) ma la nostra capacità di usarle in modo sensato continua a degenerare.

Ha ancora senso parlare di una crescita verticale,
dal “segno più”, più occupazione, più salari, più Pil?

Non dovrebbe. Non è un caso che il concetto di “limite dello sviluppo” sia stato definito nel 1972 insieme a quello di “qualità della vita”. È evidente che in tutte le cose c’è una soglia oltre la quale la crescita diventa inutile – o anche dannosa. Che senso avrebbe se tutti diventassimo alti cinquanta metri o considerassimo necessario vivere in una casa di cinquemila metri quadri?

Già abbiamo (in paesi come il nostro) troppi telefoni cellulari, troppe automobili, troppi *gadget* e ammennicoli più complicati che funzionali. Eccetera. La crescita “fine a se stessa” non è solo una sciocchezza, può diventare una sciagura. Sappiamo che in molte cose “meno è meglio”. Soprattutto, la qualità è molto più importante della quantità.

Ma... c’è un ma. Anzi, ce ne sono più di uno. Siamo in una situazione in cui ci sono troppi disoccupati. È necessario che trovino lavoro. Troppi mal pagati, sfruttati e maltrattati. È necessario che guadagnino di più, vivano meglio, abbiano più soddisfazione e motivazione. Perverse gestioni politiche in Italia hanno creato trent’anni fa un mostruoso debito pubblico e da allora (con poche e insufficienti eccezioni) non solo non si è mosso un dito per ridurlo, ma si sono accumulate stupidaggini e malversazioni che l’hanno peggiorato. Ora solo con la crescita economica è possibile ridurne il peso.

Perciò ahimè si: in questa fase occorre *anche* aumentare le dimensioni della nostra economia. Ma se fosse una crescita “qualsiasi”, senza badare alla qualità, alle esigenze umane e alle prospettive del futuro, il rimedio potrebbe essere peggiore del male.

Il capitalismo è davvero morto?

Non è mai stato così trionfante. Sembra anche privo di “nemici”. Nessuno più propone la sua totale abolizione. Non solo in Cina vediamo trionfare, sotto le bandiere di un presunto “comunismo”, un capitalismo sfrenatamente barbaro, crudele, violento, sfruttatore – e profondamente corrotto.

Il capitalismo, che ci piaccia o no, non è morto. Ma non sta bene. In tutto il mondo, l'economia è gravemente malata. L'infezione è cominciata negli “anni ottanta” del secolo scorso, quando una falsa “liberalizzazione” ha eliminato i controlli sulla speculazione finanziaria. La “ricchezza per tutti”, che assurdamente promettevano, si è trasformata (come era inevitabile) nel bieco arricchimento di una nuova perversa oligarchia a danno di tutto il resto dell'umanità.

La “crisi economica” in cui stiamo vivendo è provocata soprattutto da quell'abominevole perversione. Non potrà mai essere risolta se non si metterà fine ai grotteschi abusi dei cosiddetti “mercati finanziari”.

(Non posso evitare di citare almeno una delle parecchie cose che ho scritto su questo argomento, perché una spiegazione più precisa renderebbe troppo lunga la risposta. Vedi *C'era una volta il mercato* gandalf.it/arianna/mercato.pdf – comprese le interessanti diagnosi di chi definisce i manipolatori finanziari come «*psicopatici afflitti da una condizione biochimica che li rende incapaci di avere una normale empatia umana*»).

Uno dei problemi (ed è grave) è la cattiva qualità della cosiddetta informazione. Ci sono, e stanno crescendo, voci ragionevoli di dissenso. Ma hanno ancora scarsa diffusione. Il “rumore dominante” rimane asservito all'assurdo imperio della demenza speculativa (comprese critiche e polemiche insensate perché concepite nella stessa deformata prospettiva). Un po' per servile complicità, ma più largamente per superficiale imitazione. Anche su questo argomento ho pubblicato, nel corso degli anni, varie osservazioni (per esempio *Tettontimento* gandalf.it/arianna/tettont.pdf).

In questo scenario quale ruolo gioca il marketing? Cosa può fare? Cosa può diventare?

“Marketing” è diventata una parola oscena. Perché è osceno ciò che si fa chiamandolo falsamente “marketing”. Il marketing, quello vero, non è e non è mai stato l'arte di imbrogliare il prossimo – o di andare a caccia di vittime indifese con vari specchietti per le allodole. Né di proporre come panacee presunte “soluzioni miracolose” che arricchiscono solo chi riesce a venderle.

Dobbiamo riscoprire il vero valore del marketing. Che sta nel mettersi al servizio di chi acquista ciò che vogliamo offrire. Capire le sue esigenze, i suoi desideri, il suo modo di essere e di pensare. Impegnarsi in ricerca e sviluppo per soddisfarle sempre meglio.

Cioè, soprattutto, saper ascoltare. E saper costruire quella preziosa risorsa che è la reciproca fiducia – non solo con il cosiddetto “consumatore finale” o utilizzatore del prodotto o servizio, ma anche con tutti gli altri interlocutori dell’impresa. Anche al suo interno. Uno dei peggiori problemi che affliggono le imprese (come ogni altro genere di organizzazioni) è la mancanza di “motivazione” nel loro personale. Cioè di una fondamentale risorsa di qualità.

Insomma il marketing non è una vernicetta con cui “imbellettare” un prodotto o un servizio qualsiasi per farlo sembrare ciò che non è. Deve essere un impegno profondo e coerente in tutta la struttura e in tutti i comportamenti dell’impresa.

Che cosa può fare il marketing? Molto. Non solo con la qualità di prodotti e servizi intelligentemente adatti alle esigenze di oggi e di domani. Anche con una evoluzione più efficiente e più civile delle culture di impresa.

Ma occorre (ed è urgente) una “rivoluzione copernicana”. Sradicare risolutamente, senza esitazione, le infestanti erbacce del falso marketing. E disinfestare con altrettanta energia le culture d’impresa (in generale, tutta l’economia e la società) dal catastrofico inquinamento della speculazione finanziaria.

[La risposta può essere la green economy, la blu economy in senso evolutivo intesa come un mare di opportunità da creare e cogliere?](#)

Le chiacchiere su “blu economy” (o “blue”?) mi sembrano inutili – comunque non mi interessa giocare con le parole. È vero che il nostro pianeta, la cui superficie è per il 70 per cento acqua, è più azzurro che verde. Ma se l’usanza è chiamarla *green* va bene lo stesso. L’importante non è dire, è fare.

Non è la risposta a “tutti” i problemi. Ma è certamente una grande risorsa. Siamo in gravissimo ritardo. Ma, dopo troppi decenni di cincischiamento, confusione ed esitazioni, qualcosa è cambiato sei anni fa. Si è finalmente capito che lo sviluppo di energie rinnovabili non è solo una necessità per la sopravvivenza dell’ecosistema – è anche un’occasione per guadagnare parecchi soldi. Quando al necessario impegno civile e culturale si aggiunge la spinta economica, tutto l’andamento diventa più veloce. (Ma la demenza finanziaria è un freno, ci vuole impegno per rimettersi in moto).

Dovremmo vedere più investimenti nella ricerca scientifica, che può e deve aprire nuovi orizzonti. E più impegno da parte dei governi, non solo severamente “punitivo” contro chi inquina, ma anche di sostegno per chi sviluppa “energie pulite”.

Intanto alcune tecnologie sono già migliorate (per esempio pannelli solari con un maggiore rendimento e costo più basso). Ma ci sono anche tante altre risorse, con un potenziale enorme che non si è ancora imparato a usare efficacemente.

Non è un’utopia, è una possibilità concreta, avere dieci o cento volte l’energia che ci serve senza più bruciare combustibili fossili né correre rischi con centrali nucleari.

Fra tante schifezze, questo è un bell’esempio di come si possa diventare ricchi e famosi, creare posti di lavoro, sviluppare l’economia e intanto “fare del bene” non solo a tutta l’umanità, ma a anche all’intera ecologia del pianeta (e di tutto quello che potremo scoprire quando finalmente riprenderà vigore l’esplorazione dello spazio).

Se fossi l’imperatore del genere umano direi “forza ragazzi, avanti tutta”. Nelle grandi cose come nelle piccole, perché tutto aiuta.

Dovrei talvolta sussurrare, come Alessandro Manzoni faceva dire al cancelliere Ferrer, «*adelante, Pedro, con juicio*» – perché anche nelle “buone cose” si può sbagliare, non tutte le energie che andremo a stimolare potranno essere prive di rischi. Ma la prudenza non deve frenare l’impegno.

Comunque, decisamente, è ora di andare avanti, con più forza, più risorse, più decisione. È una di quelle straordinarie occasioni in cui tutto, anche la fatica, può avere l’autentico, gustoso sapore dell’allegria e dell’entusiasmo.

[Ai giovani, sui quali grava maggiormente il peso di ciò che ieri è stato trascurato, quale direzione indicare?](#)

C’è un po’ di retorica nel pensare “solo” ai giovani, quando la situazione sta pesando su tutti. È diffusa, per esempio, la barbara stupidità per cui una persona di cinquant’anni, che in qualche pasticcio della “crisi” ha perso il lavoro, si sente dire che “è troppo vecchia” per poterne avere un altro. Così si perdono energie importanti – e si rischia anche di togliere il sostegno della famiglia ai giovani che non hanno ancora trovato un lavoro.

Comunque – ai giovani direi, prima di tutto, di non scoraggiarsi. Non per stupida “bonomia”, ma perché (nonostante la “crisi” e i mille perversi modi in cui se ne approfitta per trattare in modo umiliante chi cerca lavoro) le occasioni ci sono e ci saranno.

Ma per trovarle ci vuole impegno. Chi nell'attesa si rassegna – e si rifugia negli ozi distratti del *carpe diem* – si vedrà inevitabilmente sorpassato da chi invece si impegna a migliorare la sua formazione.

In ogni caso è sempre utile studiare. Non solo a scuola. L'importante è sapere che ciò che conta non è un “pezzo di carta”, un diploma o una laurea. È quello che impariamo e rimane in noi come patrimonio personale. Serve leggere, ascoltare, guardare, partecipare, capire. Allargare in tutti i modi possibili la propria cultura, con insaziabile curiosità – e continuare per tutta la vita. Non è una banalità, è un fatto, che non si finisce mai di imparare.

Non è mai del tutto vero che il lavoro “non si trova”. Non è facile, ma non è impossibile. La fatica, l'attesa, le delusioni possono essere snervanti – ma, presto o tardi, le occasioni ci sono. Occorre allargare la prospettiva, per scoprire anche percorsi diversi da quelli che si avevano in mente. Avere continuamente attenzione, ostinazione e pazienza – per capire dove si nascondono le possibilità. C'è il rischio che passino inosservate mentre si sta guardando da un'altra parte.

[Se potesse, come titolerebbe il prossimo numero dell'Economist?](#)

Back to basics