

MA E' IL PROGRESSO CHE CI RUBA LA VITA

di Wolfgang Sachs*

Un apologo di Heinrich Boll racconta di un turista che arringa un pescatore riguardo i vantaggi di un maggiore impegno nel lavoro. Uscendo due tre volte al giorno in mare, sostiene, potrebbe catturare più pesce, e innescare una dinamica di crescita inarrestabile: una barca a motore, poi due, una flotta di lance, uno stabilimento per la surgelazione, l'affumicamento e magari un elicottero per rintracciare i banchi di pesce. "E allora?" chiede il pescatore. "E allora", conclude il turista trionfante, "potrebbe sedere tranquillamente sulla spiaggia, sonnacchiando al sole e contemplando il bellissimo oceano!". Il pescatore lo guarda: "E' proprio quello che stavo facendo prima che arrivasse lei!".

L'aneddoto è sconcertante per la sua struttura circolare: il ricco si adopera per arrivare là dove il povero ha cominciato. Ed è interessante per riflettere sui veri obiettivi dello sviluppo umano. Se, infatti, la storia dello sviluppo consiste nell'acquistare progressivamente l'abbondanza dei beni per pervenire all'abbondanza del tempo, allora le società affluenti hanno fallito l'obiettivo. E la necessità dello sviluppo sostenibile ci appare non solo in relazione ai limiti che la Terra pone alla crescita fisica, ma anche al soddisfacimento dei bisogni umani.

Come viene spesso osservato, l'economia del tempo è al centro di ogni azione economica. Dal telaio meccanico di Richard Arkwright al browser Explorer di Bill Gates, quasi tutta la tecnologia impiegata per il progresso si è basata sulla convinzione che fare più cose più rapidamente sia meglio che farne meno più lentamente. E proprio la capacità di risparmiare tempo è sempre stata la caratteristica delle rivoluzioni che hanno trasformato negli ultimi duecento anni i modelli di produzione e consumo. Sin dall'inizio, uomini e donne lungimiranti hanno visto il regno della libertà sorgere all'orizzonte, un reame in cui il duro lavoro sarebbe finalmente scomparso e le persone avrebbero avuto possibilità sempre maggiori di dedicarsi ad attività di loro gusto. Ma così non è stato. Perché?

L'uso dell'automobile è la classica citazione usata in questi frangenti. Ma il dilagare dell'e-mail è un esempio più moderno. Nell'aprile 1997 Time ha pubblicato un articolo intitolato "Persi nell'e-mail. Lo fanno tutti. E proprio questo è il problema". Analogamente alle autostrade automobilistiche, infatti, le autostrade dell'informazione hanno generato nuovo traffico, congestionandosi al punto da richiedere nuovi sistemi di monitoraggio che selezionino il disordinato cumulo digitale, organizzandolo in corsie lente e veloci. In molti settori, dai trasporti alle telecomunicazioni, dalla produzione all'intrattenimento, il tempo risparmiato è continuamente trasformato in distanze più grandi, maggiori produzioni, attività e appuntamenti più numerosi. La nuova crescita divora le ore risparmiate. E dopo un po' questa espansione genera nuove pressioni per la scoperta di ritrovati che facciano risparmiare tempo, riavviando il ciclo.

Insomma, i giganteschi aumenti produttivi non sono stati convertiti in minor lavoro e in maggior tempo. L'utopia dell'affluenza ha tagliato le gambe all'utopia della liberazione. John Maynard Keynes, uno dei maestri del ventesimo secolo, si chiedeva se un'economia coronata da straordinario successo non avrebbe a un certo punto raggiunto la saturazione e se l'imperativo della produttività non potesse perdere significato via via che l'abbondanza si diffondeva. Le società ricche, però, ancora oggi non riescono a soddisfare questa aspettativa, ignorando la nozione di "abbastanza".

Oggi molti prodotti sono stati perfezionati e non possono essere ulteriormente sviluppati: si trovano nuovi acquirenti solo se offrono un maggiore capitale simbolico. Automobili che non possono diventare più veloci sono progettate per essere meraviglie tecnologiche. Orologi che non possono misurare il tempo in modo più accurato assumono una connotazione sportiva diventando subacquei. Televisioni le cui immagini non possono essere più nitide acquistano un effetto cinematografico con schermi più grandi. In breve, i prodotti non svolgono più una parte nella lotta per la sopravvivenza, ma in quella per l'esperienza. Progettisti e pubblicitari offrono ai consumatori nuove emozioni e identità, mentre l'utilità del prodotto è data per scontata. E' per questo che non si è

realizzata la saturazione delle società ricche: quando le merci diventano simboli culturali non c'è fine all'espansione economica.

Ma al di là di una certa soglia, le cose diventano ladre di tempo. I beni vanno scelti, acquistati, installati, usati, sperimentati, conservati in buono stato, spolverati, riparati, immagazzinati e smaltiti. Gli appuntamenti, analogamente, devono essere cercati, coordinati, concordati, inseriti nell'agenda, mantenuti, valutati e portati a termine. Anche l'oggetto più bello e l'interazione più preziosa erodono il tempo, la più limitata di tutte le risorse.

Il numero delle possibilità è esploso, ma la giornata, nel suo modo conservatore, continua ad avere ventiquattro ore. Va da sé che, senza dovizia di tempo, ci sono inevitabilmente meno generosità, meno dedizione e meno libertà. E' una sorta di povertà modernizzata, che il pescatore comprende istintivamente e di cui il turista diventa con riluttanza consapevole. La frugalità, dunque, è una chiave per il nostro benessere, oltre che per quello del Pianeta. E' proprio vero: l'arte del vivere richiede il senso della giusta misura, della moderazione. Ma è proprio la tarda società dei consumi a dissipare l'abbondanza di tempo resa disponibile dall'alta produttività (così come l'abbondanza di risorse offerte dalla Terra). Nell'era delle mille opzioni la capacità di mettere a fuoco, che implica la potestà di dire no, diventa un ingrediente importante per una vita più ricca. Senza di essa, il lamento del drammaturgo Oedon von Horvarth potrebbe diventare la scusa universale: "In realtà, sono una persona completamente diversa; è solo che non trovo mai il tempo per dimostrarlo".