



**L'invidia alla prova del fisco.** *Antonio Giuliano, Avvenire, 7 maggio 2008*

*«Il vizio è tanto necessario in uno Stato fiorentino quanto la fame è necessaria per obbligarci a mangiare. È impossibile che la virtù da sola renda mai una nazione celebre e gloriosa».*

Ha ben poco della dolcezza del miele la conclusione della Favola delle api di Bernard de Mandeville.

Nell'apologo del filosofo olandese, un bel giorno le api di un alveare smettono di guardare al proprio interesse per comportarsi onestamente. Ma ecco che il loro favo va in rovina. La morale è impietosa: c'è bisogno del vizio per assicurarsi la felicità e la prosperità pubblica. Sembra proprio che la nostra società abbia assimilato la cinica lezione dell'alveare di Mandeville. Di vizi e di virtù si è discusso al «Festival dei peccati capitali» mettendo il dito in una piaga che sembra essere alimentata dagli ultimi fatti di cronaca: **l'invidia**.

Secondo **Marco Revelli**, dell'Università del Piemonte orientale, «questa vicenda è una straordinaria palestra di risentimento sociale se non viene arginata subito da politiche di equità fiscale. Purtroppo però l'invidia sociale è diventata il male del nostro tempo. Anche se le origini risalgono alla nascita della democrazia. Come intuì Alexis de Tocqueville, l'invidia è una patologia che colpisce in maniera particolare le società egualitarie.

Quando caddero le distinzioni in ranghi tipici *dell'ancien régime* e tutti furono collocati sullo stesso piano, diventò inevitabile quello sguardo orizzontale per cui ognuno misura il proprio vicino per capire se sta un centimetro più sotto o più sopra. Così scatta l'invidia, un paradosso della democrazia. Ed essa diventa devastante quando la democrazia si svuota dei suoi contenuti ideali, dei suoi principi di solidarietà.

Oggi però c'è una nuova forma patologica di invidia: dei penultimi verso gli ultimi. Non più l'invidia dei poveri verso i ricchi, ma quella di un pezzo di società che ha sfiorato il benessere e si sente minacciata da chi sta peggio, come gli immigrati. E attenzione all'invidia nascosta nel concetto di *sana competizione*: dietro si cela un'ideologia per la quale il mercato e il proprio successo sono gli unici valori». Un vizio che non risparmia nessun ambito, nemmeno lo sport.

Lo scrittore **Giuseppe Pederiali** nel suo ultimo libro ha rievocato la figura di Dorando Pietri, l'italiano che vinse la maratona all'Olimpiade di Londra, il 28 luglio 1908. L'atleta venne squalificato perché un giudice di gara lo sorresse negli ultimi passi mentre barcollava stremato verso il traguardo. La regina d'Inghilterra lo volle premiare ugualmente con una coppa speciale. «Il maratoneta italiano acquistò una fama mon-

diale per questo episodio. Fu oggetto d'invidie feroci. Anche se lui avrebbe volentieri preferito la medaglia d'oro alla squalifica.

È l'esempio di un uomo non invidioso e più forte dell'invidia: dopo quella corsa continuò a vincere ancora.

Ma l'invidia è sempre esistita anche tra gli intellettuali. La cultura anziché far da argine a questo vizio, lo amplifica. Dai tempi di Dante gli scrittori invidiano le opere dei loro colleghi. Perfino il grande Montale non riuscì a trattenere l'invidia quando Quasimodo vinse il Nobel.

Siamo però sicuri che sia sempre e solo un vizio? E se invece avesse un altro volto virtuoso? Non lo esclude Paolo De Benedetti:

*«Non c'è dubbio che l'invidia è la radice di tutti i mali. Non a caso si trova nel X comandamento: Non desiderare la roba d'altri, per cui violare questo precetto significherebbe violare tutti i precedenti. E subito nella Genesi c'è Caino invidioso di Abele fino a ucciderlo. Ma anche nella Bibbia la radice del verbo ebraico invidiare **qana** indica due significati: uno negativo e uno positivo vicino al senso di zelo. Per questo gli **zeloti** vengono chiamati così o anche cananei, che non sta per invidiosi, ma zelanti.*

*C'è un'invidia nel senso di desiderio positivo, come può essere per un credente invidiare la fede di qualcun altro. Le Scritture hanno sempre distinto l'invidia come odio per ciò che io non ho e come sforzo disonesto per impadronirmene. E l'invidia come aspirazione, in cui la cosa o la persona a cui aspiro diventa un modello. Peccato però che l'oggetto dell'invidia, anche senza cattive intenzioni, sia nella nostra società più di natura consumistica che etica».*

Per De Benedetti può essere stimolante guardare anche al mondo animale:

*«Prendete una creatura come il cane: esprime un sentimento di invidia verso il suo padrone, ma in senso positivo, come bisogno dell'altro non solo per necessità del cibo. L'invidia dipende in fondo dal fatto che Dio ha creato l'altro: non è solo un rapporto con le cose, ma con il prossimo. Per cui ha ragione quel detto rabbinico che dice: invidia pure i sapienti e la tua saggezza crescerà».*

### **Le mille facce dell'invidia.** Armando Matteo, *Avvenire*, 12 dicembre 2012

Un sentimento triste e infelice, come l'invidia, è tutt'altro che un sentimento debole. Possiede in verità una forza tutta speciale, sebbene solo di segno negativo: al punto di massima espansione, non conosce ragioni o motivazioni, diventa furia cieca, perseguimento sistematico, violenza distruttiva e infine omicida. Il bene dell'altro è così insopportabile che l'unica strada d'uscita, per l'invidioso, appare essere quella della distruzione dell'altro. La sua vista provoca un dolore solitario e intransitivo, singolare e incapace di dare ragione di sé che porta appunto la ragione a uscire fuori di sé.

Da qui scatta il desiderio di far provare all'altro l'abisso d'infelicità del nostro non essere come lui, che noi vediamo felice e prospero, la volontà di ferirlo con quel dolore

che *come nessun altro* ora ferisce proprio noi. A causa sua, ovviamente. D'altro canto è davvero difficile contestare l'idea che soprattutto nei Paesi occidentali la qualità media della vita sia piuttosto «media», raramente buona, più di frequente scarsa. Mancano sussulti, nulla più ci eccita. Non solo perciò viviamo nell'epoca delle passioni tristi: *siamo passioni tristi*.

Tristemente insomma l'uomo abita il tempo postmoderno. Ci siamo abituati a una vita senza felicità, senza contentezza. Siamo senza musica. Demotivati. E la culla di tutto questo è proprio la presenza incontestata, non governata, del sentimento di invidia nei nostri cuori. Una presenza che – va bene dirlo subito – è pure funzionale a un certo tipo di società. La nostra, per la precisione. In questa nostra società, infatti, da troppo tempo la politica si svolge al traino dell'economia. L'autentico padrone delle nostre vite è così diventato il mercato con la sua potente legge della crescita infinita e della performatività. A questo nuovo soggetto, vero **dominus** della nostra società, ci piaccia o meno, servono semplicemente dei consumatori, persone cioè profondamente recettive delle «grandi cose» di cui sono capaci i prodotti da loro acquistabili.

Servono perciò persone potenzialmente mai soddisfatte: un cliente soddisfatto è un cliente che esce dalla rete di pesca del mercato, almeno per qualche tempo, quello necessario per il consumo totale dell'oggetto acquistato. Per questo va alimentata unicamente una sorta di soddisfazione «precaria», che illuda di ottenere ciò che più d'ogni altra cosa si desidera e che però in verità non si ottiene. In modo da essere di nuovo disponibile ad altri acquisti, a ulteriori consumi. Insomma, l'infelicità serve al mercato e il mercato si serve dell'infelicità.

Come? Alimentando una cultura dell'invidia. A rendere la situazione ulteriormente instabile è poi la precarietà che contraddistingue il soggetto contemporaneo. Privato delle sicurezze del sapere tradizionale, metodicamente dubbioso delle regole dell'etica e delle leggi della città, sconvolto dall'allungamento e dalla rimodulazione delle età della vita, circuito dalla potenza senza etica dell'apparato tecnico, egli è costantemente rinviato a se stesso, per giudicare del senso dell'umano.

Non ha giudici né tribunali supremi cui appellarsi, per una sentenza di condanna o una di clemenza circa il suo operato. Tutto questo, però, altro non significherà che il soggetto postmoderno è sempre e daccapo rinviato agli altri: a ciò che dicono, scrivono e «cinguettano»; a come si vestono e vivono: a come cioè abitano il mondo e progettano l'esistenza. È rinviato al tragico incidente del confronto, del paragone. È rinviato alle braccia invisibilmente avvolgenti dell'invidia.

Più subdolamente, però, la società odierna alimenta un'ulteriore, più sofisticata forma dell'invidia: **quella dell'essere invidiati**. Pare infatti che l'unica e ultima **felicità** rimastaci consista in questo nuovo sentimento di sicurezza, dato dal fatto di avvertire su di sé gli occhi degli altri. Occhi invidiosi si intende bene.

*Sarai veramente felice nella misura in cui sarai invidiabile e concretamente invidiato.* Non a caso la pubblicità – il volto falsamente pulito del mercato – utilizza *testimonial*

di ogni tipo per offrire alla clientela le ragioni di credibilità di un certo prodotto. Ove il non detto del messaggio pubblicitario è la promessa di poter diventare, grazie a quell'acquisto, simile al *testimonial* convocato all'uopo e profumatamente pagato (e come non invidiarlo almeno per quest'ultimo aspetto?). La promessa è quella di diventare uno che è come nessun altro. Una *star*, appunto. Una stella sulla terra!

*Smetti dunque di non sentirti nessuno. Di sentirti infelice come nessun altro. Acquista il prodotto e sarai come quel testimonial della pubblicità, che è da te e da tutti invidiato.*

Anche tu sarai invidiato. Questo è il segreto della (illusoria) felicità promessa a basso prezzo dal discorso capitalistico. Il quale, tra l'altro, mente sapendo di mentire: sa infatti bene che nessun oggetto potrà mai soddisfare il desiderio di felicità che abita nel cuore dell'uomo e che non è mai semplicemente desiderio di godimento. Più radicalmente è desiderio di riconoscimento. Quell'altrui riconoscimento falsamente ricercato, appunto, attraverso l'acquisto di questo e di quell'oggetto, secondo la promessa della pubblicità (*gli occhi di tutti su di te*).

Il fallimento è dunque assicurato in linea di principio e di fatto, ma il discorso capitalistico, spostando di continuo la sua attenzione su nuove versioni del prodotto già acquistato, su imperdibili accessori di quello stesso prodotto e infine su nuovi miracolosi prodotti, più efficienti del primo a procurare la promessa felicità dell'essere *come nessun altro*, alla fine scarica la responsabilità del fallimento proprio sul compratore, colpevole di essere rimasto indietro, di non seguire la moda, di non volersi abbastanza bene da osare salire su quello che davvero è ora il «treno della felicità».

Per quanto bieco possa apparirci tale dispositivo, nessuno può con facilità contestarne la forza. Siamo dunque costretti a una vita segnata dall'invidia infelice? Non ci è data alcuna strada d'uscita? Molti studiosi di questo potente sentimento umano sono del parere che non sia affatto semplice uscire dalle sue spire e dal suo potere di persuasione. Già a livello di vita vissuta, è difficilissimo riuscire a comprendere un invidioso, a entrare in una qualche empatia con lui. Possiamo capire una persona gelosa, un'avida, una golosa, un'irascibile. Un'invidiosa, proprio no! C'è in quel suo ostinato sguardo su quell'unico punto dell'immenso reale della vita, dal quale a suo avviso discende una ferita insopportabile e inguaribile, un che d'intransitivo, non mediabile, non afferrabile da altri.

Quanto spesso sono vani i tentativi di coloro che provano a convincere l'invidioso dell'inutilità del suo sentimento disperato di dolore per il bene altrui e di ogni parola diffamatoria o gesto inconsulto che egli vorrà mettere all'opera per distruggere quest'ultimo, almeno ai fini del raggiungimento della propria personale felicità. Non bastano le parole, non bastano i ragionamenti. Lo stesso padre della psicanalisi, Sigmund Freud disperava della possibile guarigione da tale situazione. L'invidia si nutre di un meccanismo elementare della specie umana, quello dell'imparare a vivere attraverso lo sguardo. Uno sguardo che è segnato da un'istintiva concessione di privilegio morale e ontologico all'altro, da cui imparo le mosse azzeccate, per un cammino uma-

no in mezzo al mondo. L'altro è prima di noi. Ed è dunque sempre meglio di noi. Noi siamo sempre dopo e quindi sempre meno di lui. Forse è proprio qui che si tratta di lavorare, per sperare di guarire dall'infestazione dell'invidia infelice: si tratta di mettersi alla scuola di un nuovo sguardo nei confronti dell'altro, di ogni altro, e soprattutto nei confronti di se stessi.

A chi scrive pare che la vicenda di Gesù possa pure, in misura ampia, essere riletta e riproposta oggi come invito a un fecondo apprendistato di un vedere e di un vivere nuovi, riconciliati e riconcilianti, benedetti e benedicienti. La narrazione evangelica ci riporta con grande abbondanza di particolari il modo singolare con cui egli ha saputo guardare gli uomini e le donne del suo tempo, la loro sorte e condizione, e come essi siano stati efficacemente illuminati proprio da quello sguardo. Dal suo sguardo generosamente ospitale, accogliente, invitante, incoraggiante, emerge una forza risanante che sa resuscitare la vita nella vita.

### Veline o la fiera delle vanità

Saltellano e sgambettano, si contorcono e si piegano flessuose, le ragazze more o bionde che nella canonica sfida estiva di Canale 5 si misurano con la sorte per diventare Veline nella prossima stagione del seguitissimo *Striscia la notizia*. Bocche fissate in ampi sorrisi, occhi in cui si leggono ansia e decisione. Una prova importante, per ognuna delle ragazze, omologate da fogge, pettinature, trucco e atteggiamenti che ben dicono dell'influsso forte che l'immagine della velina ha esercitato attraverso il piccolo schermo nel tempo.

Il tempo, appunto. Che lungo un quarto di secolo ha istituzionalizzato la figura decorativa e seducente delle ragazze-digestivo che fanno da contorno alle notizie travestite da satira, e che ha anche irrigidito, in qualche misura, il compito e l'effetto dei balletti birichini. Speranze vane, quelle di una porta aperta a **carriere invidiabili**. Il compito della velina non ha fruttato strade nuove, per lo più, e le fanciulle si sono alternate sovrapponendosi l'una all'altra con fluida indifferenza.

E perciò stupisce, durante le gare serali, sentire le concorrenti dichiarare studi notevoli e impegnativi e volontà di lavoro mentre il breve balletto è segno di una fame di notorietà in cui lo schermo appare illusoria garanzia verso la felicità. Quattro anni di visibilità e attese, destinati a chiudersi con l'arrivo di più giovani sostitute, somiglianti alle precedenti.

E al di sotto del palco, mentre Ezio Greggio ironizza a gran voce, ecco le madri commosse ed esultanti, fiere di quelle figlie cui spesso assomigliano, e sulle quali forse hanno riversato antichi sogni disillusi. Fiera dei sogni, nel tripudio che fa della sfilata uno spettacolo. E ogni volta che una ragazza conclude il suo breve saggio e si riallinea alle altre, è facile vederla come sarà fra vent'anni, pronta ad applaudire, con volto commosso, una figlia a lei somigliante, in una catena di speranze già segnate dalla malinconia.