di Viviana Di Giovinazzo

L'invenzione è la madre della necessità

Thorstein Veblen

Platone afferma ne *La Repubblica* che «la necessità è la madre di tutte le invenzioni» (libro II, 369c).
In *The instinct of workmanship and the state of the industrial arts* (*L'istinto lavorativo e lo stato delle arti industriali*, 1914), l'economista e sociologo **Thorstein Veblen** (1857-1929) ribalta il celebre motto platonico asserendo che, in realtà, «l'invenzione è la madre della necessità».
Veblen si muove in un'**ottica darwiniana**. Egli teorizza che il genere umano sia mosso fondamentalmente dall'**istinto predatorio** e dalla **laboriosità**.
Nell'età primitiva l'istinto predatorio si manifesta nelle relazioni tra uomini e donne, mentre la laboriosità si manifesta nella propensione a creare manufatti, suppellettili e artefatti.
In epoca classica l'istinto predatorio si ripresenta nell'atteggiamento della classe agiata dei nobili e dei guerrieri, la cui occupazione principale consiste nelle attività sportive, militari e di governo, mentre i lavoratori si occupano della produzione di ciò che è necessario al vivere quotidiano.
Nella società moderna, continua Veblen, l'istinto predatorio si esprime nella rivalità finanziaria e nell'ostentazione del consumo di beni di lusso, finalizzata a creare distinzioni basate sulla ricchezza. Col tempo, tale istinto predatorio genera una classe dirigente parassitaria la quale, abbandonandosi agli agi e alla violenza, smarrisce l'istinto di laboriosità. Tale comportamento dedito a consumi di tipo ostentativo, infine, si manifesta anche nelle classi meno agiate per emulazione dei ricchi e per effetto della pubblicità.
In ambito economico, Veblen collega l'istinto predatorio al mondo degli affari e degli **speculatori finanziari**, l'attività dei quali richiede doti di astuzia e spirito di conquista.
All' operosità corrisponde, invece, il mondo dell'**industria**, che rappresenta la forza motrice del progresso scientifico e dell'innovazione tecnologica. Il suo scopo è l'ideazione e la produzione di beni volti al miglioramento della qualità della vita.

Nelle **relazioni di mercato**, proprio come nelle relazioni sociali, per Veblen la laboriosità è asservita all'istinto predatorio: si produce non per il benessere della società, ma nell'ottica del profitto.
L'innovazione tecnologica introdotta da un'impresa che propone un nuovo prodotto, implica per i concorrenti la necessità di proporre qualcosa di ancor più innovativo, al fine di evitare l'esclusione dal mercato.
L'introduzione di una nuova tecnologia, continua Veblen, provoca inoltre cambiamenti radicali anche in ambito sociale, determinando una trasformazione culturale (**determinismo tecnologico**). Gli individui si adattano alle nuove tecnologie e ai nuovi strumenti resi disponibili (si pensi oggi all'uso di Internet e degli smartphone), diventando così dipendenti da esse e da chi le detiene.
Per evitare la dipendenza tecnologica, l'economista tedesco Ernst F. Schumacher e il filosofo austriaco Ivan Illich hanno proposto di mantenere (o tornare a) una **tecnologia intermedia**: produzione su piccola scala, ad alta intensità di lavoro e con il minimo requisito di capitale necessario, al fine di evitare gli effetti collaterali di un sistema di produzione massificata, tra cui l'inquinamento ambientale e la sensazione di alienazione provocata da un lavoro ripetitivo nelle fabbriche.

I critici di questa teoria, tuttavia, rispondono che il lavoro è stato reso meno pesante e ripetitivo proprio grazie al progresso tecnologico. Essi ritengono, inoltre, poco verosimile che in un mercato globalizzato si possa scegliere di estraniarsi dall'innovazione tecnologica.
Infine, i difensori del **libero mercato** sostengono che non sia compito delle istituzioni imporre una politica tecnologica, ma che le dinamiche del progresso vadano lasciate al libero agire del mercato. In tal modo esse contribuiranno a migliorare la vita degli individui.
Riproponendo sostanzialmente la tesi di Veblen, tuttavia, i critici di questa teoria osservano che raramente i mercati sono perfettamente competitivi, e che la pubblicità e i media influenzano in modo determinante le persone sull'uso della tecnologia.
Veblen è un economista poco ricordato dalla storia del pensiero economico. Tuttavia, la sua analisi della tecnologia in chiave evolutiva, come fattore propulsivo dello sviluppo di mercati e mode, offre una spiegazione plausibile a problemi di grande attualità. Per esempio, da una parte essa spiega il motivo per cui le banche propongono al risparmiatore prodotti finanziari sempre nuovi e più complessi al fine di raccogliere nuovo capitale; dall'altra scopre la logica di fondo sottesa al comportamento economicamente irrazionale di chi incorre in difficoltà finanziarie pur di mantenere uno stile di vita imposto dalla società in cui vive.