

Il saggio Philippe Simonnot esplora l'aspetto economico dei monoteismi

Il ciclo Le Chiese nascono come sette poi cercano lo scudo del potere statale

Le fedi come le aziende aspirano al monopolio

Ma la devozione si affievolisce senza concorrenza

di PAOLO MIELI

In principio fu Adam Smith con il suo celeberrimo trattato di economia politica *La ricchezza delle nazioni* (1776). Il filosofo economista scozzese per primo analizzò la Chiesa come un'entità economica e applicò ad essa le categorie che traeva dalla propria disciplina, in particolare quella di monopolio, cioè quel regime che inevitabilmente produce un aumento del prezzo e un abbassamento della qualità per il solo fatto che il mercato non è stimolato dalla concorrenza. Discorso che vale anche per la Chiesa. Una religione «ben costituita», secondo il padre fondatore dell'economia politica, non sfugge alla regola: il prezzo del «prodotto» è più elevato e la sua qualità minore di quel che sarebbero se ci fosse libera competizione. Di più. In genere il clero «non ha altra risorsa che rivolgersi al magistrato civile perché persegua, distrugga o scacci i suoi avversari come disturbatori della pace pubblica». Fu così, osserva Adam Smith, «che il clero cattolico romano si rivolse al magistrato civile per perseguire i protestanti; la Chiesa d'Inghilterra per incalzare i dissidenti; e che in generale ogni setta religiosa, una volta goduta per uno o due secoli la sicurezza di una istituzione legale, si è trovata incapace di difendersi efficacemente contro qualsiasi nuova setta decisa ad attaccare la sua dottrina o disciplina».

È da questo passo che prende le mosse un libro assai interessante di Philippe Simonnot, *Il mercato di Dio. La matrice economica di ebraismo, cristianesimo, islam* che, nella buona traduzione di Giuliano Gasparri, l'editore Fazi si accinge a mandare in libreria di qui a qualche giorno. Nella prefazione al volume, Marco Aime avverte che l'approccio «per nulla scontato» di Simonnot può comportare accuse di vilipendio o addirittura di blasfemia che però l'autore — pur procedendo sul terreno scivoloso di un'analisi solo e soltanto economica della genesi e del consolidamento del-

le tre grandi religioni monoteiste del mondo mediterraneo — ha saputo evitare stando bene attento a non cedere mai al gusto della provocazione. «A scanso di equivoci», scrive Simonnot, «qui non si tratta affatto di pretendere di spiegare la religione attraverso l'economia, né di riciclare le teorie dell'oppio dei popoli, ma più modestamente di mettere a disposizione della scienza religiosa gli strumenti dell'analisi economica». Un po' quel che, in campo sociologico, fece August Comte nell'Ottocento. Senza aver la pretesa, ovviamente, di paragonare Comte a Simonnot.

E se *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo* di Max Weber ha esaminato l'incidenza della religione sull'economia o la dottrina economica implicitamente o esplicitamente sottesa a una credenza, «almeno altrettanto istruttivo», afferma l'autore, «è studiare l'economia propriamente detta della religione, ossia prendere la religione come un qualcosa suscettibile di analisi economica». Così la religione viene presentata come un'«azienda» che offre «beni di credenza», la cui qualità si basa sulla fiducia riposta in chi li produce dal momento che il risultato della pratica religiosa — cioè la salvezza eterna — non è, per sua natura, né verificabile né falsificabile. E poiché il «valore» di un bene di credenza riposa interamente sulla credibilità del suo fornitore, se ne può dedurre «che difficilmente quest'ultimo tollererà la presenza di un concorrente rivale, il quale vorrà per forza mettere in dubbio la sua credibilità per affermare la propria». Ad un tempo, per entrare nel «mercato», una religione «deve apparire come molto nuova, naturalmente, per attrarre nuovi "clienti", ma anche molto antica, per rassicurarli, dato che la longevità sembra essere una garanzia di qualità di questo ramo... Così il cristianesimo del I secolo, pur essendo nuovo, ha sostenuto la propria anteriorità rispetto all'ebraismo, ricollegandosi direttamente ad Abramo; e l'islam ha fatto esattamente la stessa cosa sei secoli più tardi».

Ma perché Simonnot si concentra in questo libro sui tre monoteismi venuti da Abramo? «Quel che colpisce subito uno sguardo privo di pregiudizi», risponde lui stesso, «è

che un Dio unico funziona più facilmente da mediatore finanziario per coloro che lo servono rispetto a una moltitudine di Dei che si fanno concorrenza. In primo luogo perché il Dio unico permette di risolvere più facilmente il problema centrale di ogni religione, cioè quello della sua credibilità. Certo il Dio che appare nella Bibbia si mostra spesso crudele, terribile, parziale e geloso, ma è meno imprevedibile, più affidabile degli Dei capricciosi e immorali che si trovano nello stesso momento sul "mercato". Forse era ragionevole offrire di tanto in tanto agli altari pagani dei sacrifici di cui i sacerdoti prendevano una parte, ma si poteva scegliere tra molte divinità e, se non si otteneva ciò che si desiderava, si poteva cambiare culto. Nel monoteismo, invece, si ha a che fare sempre con lo stesso Dio: Un Dio, per giunta, universale, il cui sguardo vi può seguire dappertutto sulla terra... Per di più gli Dei non sembrano preoccuparsi degli affari umani se non in funzione dei propri interessi, mentre il Dio della Bibbia si occupa del suo popolo in modo costante».

Ma veniamo all'analisi specifica di Simonnot. A suo dire si applica bene alla religione la legge di Metcalf (da Robert Metcalf, un imprenditore statunitense, inventore di Ethernet, secondo il quale il valore di una rete di computer cresce in proporzione all'aumento dei computer connessi): il valore che un consumatore attribuisce a un bene — nel nostro caso un credo religioso — dipende anche dal numero di utenti di questo bene: una religione ha tanto più «valore» per il credente, è cioè tanto più credibile, quanto più grande è

il numero dei suoi fedeli. Per quel che riguarda, poi, il reperimento delle risorse «vi sarebbe, soggiacente a ogni società, un giacimento finanziario costituito da somme, piccole o grandi, che brave persone sono pronte a donare per la salvezza della propria anima, per la propria sanità mentale o per qualsiasi altro obiettivo; dato che la divisione del lavoro aiuta, si costituiscono "compagnie" per esplorare, trivellare e sfruttare questo giacimento. Ciò presuppone che l'economia interessata

sia in grado di sviluppare un surplus. Il giacimento non è estensibile all'infinito, anche se, a condizione di non toccare il capitale, è indefinitamente rinnovabile. Ogni luogo di culto, anche la più umile parrocchia, può dunque essere considerato come una torre di trivellazione... Ogni religione cerca di allacciarsi a questo giacimento favoloso e, se ci riesce, di assicurarsene il monopolio su un dato territorio».

Ma il flusso delle donazioni non è regolabile e spesso nella storia delle religioni si nota che esso genera un'eccedenza. Mosè, secondo la Bibbia, dovette mettere fine alla colletta promossa per costruire il santuario di

Yahweh dal momento che il popolo portava «molto di più» di quel che era necessario per eseguire l'opera voluta dal Signore; sulla parete sud del tempio funerario di Ramsete II a Medinat Habu (in Egitto) compare un elenco di offerte che dovevano essere portate nei diversi momenti dell'anno in quantità tale che è impossibile pensare venissero ammucciate sull'altare. Ed è ancora Adam Smith a osservare che «il clero non poteva trarre vantaggio da questa immensa eccedenza se non impiegandola nella più prodiga ospitalità e nella più grande carità». Stando a Smith, dunque, le due più importanti istituzioni della Chiesa nel Medioevo erano dovute non tanto a virtù evangeliche quanto alla necessità di smaltire un surplus di donazioni.

Ma torniamo al tema di partenza, che è quello del monopolio. Il monopolio, scrive Simonnot, non può esistere senza l'intervento diretto o indiretto dello Stato, il quale dispone della forza per mettere barriere all'ingresso di un mercato, «e di fatto, nella storia, ogni monopolio religioso si è appoggiato all'autorità pubblica, oppure se ne è appropriato». Ma quando, ciò che è inevitabile, il monopolio che poggia sullo Stato abuserà della propria posizione, sorgeranno dei concorrenti sia all'interno della Chiesa — chiamati riformatori, scismatici o eretici (i protestanti nel cristianesimo del XVI secolo) — sia all'esterno con la comparsa di nuove religioni: ad esempio l'islam nel VII secolo. Di qui si potrebbe anche immaginare una sorta di «ciclo» religioso che si riproduce all'infinito: «In un mercato aperto alla concorrenza, una religione tende al monopolio; questo monopolio non può che poggiare sullo Stato; una volta che poggia sullo Stato, abusa della propria posizione; il prodotto scade; compaiono altre religioni con il che si torna alla situazione di concorrenza». E di qui riparte il ciclo. Il papato, puntellato dall'impero, in alcuni momenti della storia è stato di fatto una delle più grandi potenze finanziarie del mondo, che attirava i banchieri più influenti, scrive Simonnot: i Medici, i Fugger, i Rothschild. Per la legge di cui sopra questo gigantesco monopolio è stato, però, contestato e messo in crisi; con il che il «mercato» religioso è tornato successivamente ad essere pienamente aperto alla concorrenza.

C'è un momento, inoltre, in cui l'influenza economica dell'istituzione religiosa entra in concorrenza con quella dello Stato. Anche di questo aveva parlato Adam Smith: «L'entrata

di ogni chiesa costituita», scrisse, «è una parte dell'entrata generale dello Stato che viene così distratta per uno scopo molto diverso da quello della sua difesa. La decima ad esempio è una vera imposta fondiaria che impedisce ai proprietari terrieri di contribuire alla difesa dello Stato nel modo generoso che sarebbe loro altrimenti consentito. Tuttavia secondo alcuni la rendita della terra è l'unico fondo e secondo altri il fondo principale con il quale in tutte le grandi monarchie si deve fare fronte alle esigenze dello Stato. Evidentemente quanto più di questo fondo viene dato alla Chiesa, tanto meno può essere riservato allo Stato. Si può benissimo affermare come massima certa che, a parità delle altre condizioni, quanto più ricca è la Chiesa, tanto più poveri devono essere necessariamente il sovrano da un lato e il popolo dall'altro; e, in tutti i casi, tanto meno lo Stato sarà in grado di difendersi».

Simonnot colloca il momento in cui inizia la concorrenza tra Stato e Chiesa nel XII secolo, cioè quando si stabilisce una relazione diretta tra tasse pagate al fisco e decime per la Chiesa: tanto più alte sono le prime, tanto minori saranno le seconde e viceversa. A suo avviso, «una sorta di legge fisica faceva dunque prevedere con otto secoli di anticipo quel che sarebbe avvenuto al fisco dello Stato quando le rendite del papato si sarebbero ridotte al minimo». Se è vero che nel XX secolo il fisco ha lasciato alla Chiesa solo una porzione «congrua», si può in qualche modo asserire che lo Stato-providenza ha preso il posto della carità cristiana. A questo punto il potere pubblico comincia a vedere nelle Chiese e nelle sette dei rivali in materia di direzione delle anime ma anche (e, forse, soprattutto) dei concorrenti fiscali. Lo Stato, in questa nuova situazione, preferisce di gran lunga avere a che fare con «cartelli» religiosi o con un monopolio con cui può stabilire un *modus vivendi* piuttosto che con una moltitudine di sette incontrollabili. Ed è di qui che nascono le politiche concordatarie.

Per parte sua un monopolio religioso, se vuole durare, ha un disperato bisogno di appoggiarsi allo Stato «in quanto difficilmente può soddisfare la "domanda" di religione in tutte le sue sfaccettature». Se, proviamo a supporre, «il grosso della "clientela" è soddisfatto di una qualità media a un prezzo medio, alle estremità della scala delle preferenze religiose si trovano in "alto" dei "consumatori" molto devoti che sarebbero disposti a pagare molto più caro un prodotto di migliore qualità e in basso, al contrario, dei "clienti" che si accontenterebbero di un prodotto mediocre a un prezzo più contenuto. Questa diversità di gusti e di esigenze obbliga il monopolio, se vuole durare, ad ampliare la gamma dell'offerta per soddisfare tutti». Così fu per la Chiesa cattolica quando si trovò in condizioni di monopolio: severi e rigorosi ordini monastici permettevano di rispondere ai clienti più esigenti, mentre i «parrocchiani della domenica» potevano limitarsi a fare la comunione a Pasqua. Ma quando l'appoggio dello Stato venne meno e il «mercato» religioso si aprì alla concorrenza, «allora questa vasta gamma fu più difficile da coprire e il vecchio monopolio

venne attaccato alle due estremità». E da allora il fenomeno si è riprodotto più volte: in basso «vaghe credenze cercano di recuperare i "parrocchiani della domenica" con religioni o filosofie da ciarlatani»; in alto, «alcune sette giungono a offrire nuovi "prodotti" più rigorosi che riescono a vendere ad alto prezzo e questo prezzo, ovvero i sacrifici richiesti in tempo e denaro, diventano persino una sorta di garanzia di qualità». In seguito le sette, «una volta piazzate nella propria nicchia cercheranno di ampliare la "clientela" abbassando insieme il prezzo e le proprie esigenze; non tutte ci riescono, naturalmente; ma quelle che arrivano ad estendersi diventano a loro volta Chiese, cercando di approfittare delle tendenze monopolistiche dell'economia locale».

Le espressioni di Simonnot sono volutamente quelle che si usano nel linguaggio economico e l'autore tiene a ripetere che in esse non c'è — o quantomeno non vuole esserci — niente di offensivo o riduttivo. Neanche quando scrive che «la nascita del cristianesimo è avvenuta, se così possiamo dire, conformemente a questo *business model*; la setta è diventata una Chiesa». Per poi aggiungere: «Possiamo anche immaginare che delle Chiese tornino ad essere sette, abbandonando le frange più lassiste della propria "clientela" e concentrandosi sui propri membri integralisti». Un discorso che ha molte implicazioni. Per la storia ma anche per l'oggi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bibliografia

Smith e Weber
gli antesignani

Nel saggio *Il mercato di Dio. La matrice economica di ebraismo, cristianesimo, islam* (Fazi, pagine 338, € 19) il giornalista economico francese Philippe Simonnot analizza le vicende delle tre grandi fedi monoteiste come se fossero una sorta di grandi aziende. Il libro, in uscita il prossimo 22 gennaio, ripropone in chiave nuova il tema del rapporto tra economia e religione, già esplorato in opere classiche come *La ricchezza delle nazioni* dello scozzese Adam Smith (le cui edizioni integrali più recenti sono uscite presso la Utet e la **Newton** Compton) e *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo* del tedesco Max Weber (di cui è appena uscita l'edizione Bur, pagine 129, € 4,90, con prefazione di Francesco Giavazzi). Le tesi di Weber hanno trovato in Italia un critico agguerrito in Luciano Pellicani, cui si deve il saggio *La genesi del capitalismo e le origini della modernità* (Marco editore, 2006). Da segnalare inoltre *Il mercato del cristianesimo* (Egea - Università Bocconi Editore, pagine 330, € 27,50), un testo uscito in Italia nel 2008, tradotto da Marco Cupellaro e con prefazione di Stefano Zamagni, in cui i tre studiosi Robert B. Ekelund jr, Robert F. Hébert e Robert D. Tollison applicano gli strumenti della teoria economica alla storia e alle istituzioni della religione cristiana.

*Quando un culto ufficiale
abusa della sua posizione
sorgono scismi, eresie e riforme
per cui con il tempo si ricrea
una situazione di pluralismo*

Alle origini

Nel momento in cui va sul mercato una religione deve apparire nuova per attrarre i suoi potenziali «clienti»

La Roma pontificia

Il papato in alcuni momenti storici è stato nei fatti una delle più grandi potenze finanziarie del mondo

Parabole

Rembrandt (1606-1669), «Il festino di Baldassare» (1635 circa, olio su tela particolare), Londra, National Gallery

