

"Nuovi orizzonti dell'Economia di Comunione" Convegno Internazionale, 10-12 settembre 2004

## PANEL 5 TAVOLA ROTONDA: "Nuovi orizzonti per la riflessione economica" INTRODUZIONE

Benedetto Gui

Come abbiamo visto, il progetto EdC è un gruppo di imprese che si sono prese un doppio impegno: di condivisione degli utili; e di una gestione massimamente attenta alla persona del cliente, del lavoratore, del fornitore.

In realtà questo stesso convegno suggerisce che esse sono una manifestazione particolarmente visibile di una visione della persona, della società umana e delle organizzazioni economiche e sociali di cui essa è popolata, tra le quali appunto ci sono le imprese EdC. La tavola rotonda di oggi pomeriggio ci dà l'opportunità di soffermarci esplicitamente su questa visione e sulle implicazioni che essa ha sul modo di leggere il fatto economico e, di conseguenza, anche di operare all'interno della sfera economica.

Per descriverla può essere utile usare una tripartizione di cui si serve Paul Ricoeur nel parlare di etica. Infatti, Ricoeur divide l'etica in tre dimensioni.

La prima dimensione mette in relazione ciascuno di noi con l'altro inteso come "lui" o "lei" (il pronome di terza persona), l'altro senza volto al quale pure mi trovo legato dalle mille interrelazioni o interdipendenze passanti attraverso le istituzioni della società in cui viviamo, ad esempio quelle che legano l'acquirente di un manufatto ai moltissimi che hanno contribuito a produrlo, trasportarlo e commercializzarlo, ovvero quelle che legano un contribuente che si trova di fronte ad un'imposta da pagare ad altri cittadini che si aspettano che con il ricavato la pubblica amministrazione eroghi loro servizi sanitari o scolastici gratuiti. Nell'ambito economico è questa la dimensione più nota dell'etica: vi rientrano sia il tema dell'efficienza (che pure, se ben definita, è un obiettivo moralmente rilevante, e che può richiedere comportamenti conformi alle regole, ad esempio nella competizione di mercato), sia, in modo ancor più esplicito, il tema della giustizia (ad esempio il disegno delle aliquote fiscali).



Cosa si può dire dell'EdC a questo riguardo? In primo luogo, le linee guida delle imprese EdC chiedono eticità e correttezza nell'operare nel senso or ora descritto. Non è cosa da poco, ma certo non è questa una caratteristica distintiva. Tuttavia, nel chiedere di condividere gli utili, il progetto EdC chiede ai suoi partecipanti una prestazione *supererogatoria* nei confronti di persone di cui non conoscono nemmeno il nome e con cui probabilmente mai si incontreranno. Se vogliamo attenerci alla classificazione di Ricoeur, siamo ancora nella sfera del "lui/lei", anche se questa volta le "istituzioni giuste" di cui parla il filosofo francese a proposito di questa dimensione dell'etica non sono quelle che regolano la redistribuzione pubblica, bensì meccanismi redistributivi privati, volontariamente accettati.

La seconda dimensione dell'etica, per Ricoeur, è associata al pronome di seconda persona, il "tu", l'altro con un ben preciso volto che mi trovo di fronte. Si tratta di una dimensione importante che tradizionalmente l'economia ha poco considerato, come se ad esempio per un datore di lavoro il pur doveroso rispetto delle clausole del contratto di lavoro esaurisse ogni responsabilità morale nei confronti di un dipendente, nonostante sia evidente a tutti che la qualità della vita di quest'ultimo dipende forse ancora di più dal clima di dialogo, rispetto, ascolto, attenzione, simpatia, in cui la sua prestazione lavorativa viene svolta. Perché essere inseriti in una rete di relazioni interpersonali positive è un'esigenza tutt'altro che secondaria per il benessere delle persone, per la loro crescita umana, dato che la nostra maturazione e la formazione stessa della nostra stessa identità avvengono in notevole misura nel rapporto con l'altro; un'esigenza in gran parte misconosciuta dal modo prevalente di concepire l'economia, con la consequenza che non di rado la crescita economica finisce per andare a scapito proprio di questa componente del benessere. Un segnale importante di consapevolezza a questo riguardo è la recente attenzione dedicata al fenomeno del "mobbing" e più in generale ai maltrattamenti di natura relazionale che possono essere subiti da un lavoratore. Naturalmente, dato che l'appellativo di "tu" è per sua natura reciproco, anche il lavoratore porta la sua responsabilità di "sollecitudine" (è questa l'espressione usata da Ricoeur per la seconda dimensione dell'etica) nei confronti dello stesso datore di lavoro, dei colleghi, dei clienti,...



Una delle peculiarità delle imprese EdC è proprio la sottolineatura della dimensione del "tu". Uno degli obiettivi che i responsabili delle imprese si pongono è di riuscire a creare – con i dipendenti, i clienti, tutti gli altri "stakeholder" - un ambiente umano capace di accogliere ciascuno come persona, e sanno che questo è uno dei loro principali impegni nel vissuto quotidiano, al punto di trovarsi in alcuni casi a posporre a questa esigenza la preoccupazione per il risultato economico dell'impresa stessa (esempio della Lanin). Quanto alla riflessione che in questi anni è stata condotta in dialogo con l'evolversi del progetto EdC, più d'uno dei temi su cui si è concentrata l'attenzione ha a che fare con la dimensione del tu. Il primo è quello dei cosiddetti beni relazionali, ossia l'affermazione che vi sono degli aspetti di una relazione di qualità che possono essere assimilati a beni - sia beni di consumo che beni capitali - beni che sono al tempo stesso prodotti e goduti (o utilizzati) dai soggetti coinvolti nella relazione stessa. Un secondo tema, connesso al primo, è quello della fiducia, un meccanismo assolutamente prezioso nel consentire relazioni economiche cooperative anche in situazioni in cui il perseguimento del proprio interesse individuale sconsiglierebbe almeno una delle due parti dall'avviare o dal proseguire l'interazione. Se in certi casi la fiducia è suggerita da un ragionevole calcolo, ve ne sono altri in cui a sostenerla è la provocazione personalizzata che la mossa fiduciaria del primo "giocatore" rappresenta per il secondo. Un terzo tema non lontano dai primi due ha a che fare con il rinato dibattito sul rapporto tra economia e felicità, supportato da un'amplissima evidenza empirica. Da quest'ultima emerge con chiarezza del ruolo limitato della disponibilità di reddito o beni materiali nel generare soddisfazione, mentre vengono in luce altri elementi cruciali in molti casi legati ad intensità. caratteristiche e continuità dei rapporti con gli altri; un fatto a cui il mondo dell'economia non può restare indifferente, perché senza una sufficiente consapevolezza di ciò c'è il rischio che il perseguimento dei tradizionali obiettivi economici vada sistematicamente a scapito di quegli elementi da cui dipendono soddisfazione e realizzazione personale.

Qualcuno potrebbe chiedersi quali siano gli altri elementi cruciali nel determinare nei soggetti soddisfazione o senso di pienezza, diversi da quelli, sopra citati, che sono connessi alle relazioni interpersonali. Penso che nessuno si stupirà nel sapere che essi potrebbero essere sintetizzati nell'espressione "significati intrinseci", riferita alle attività professionali o



extraprofessionali svolte dagli intervistati. Questa espressione, la cui presenza nella letteratura economico-teorica sta crescendo rapidamente negli ultimi anni, rimanda proprio all'ultima delle tre dimensioni di Ricoeur che rimane da introdurre, quella dell' "io".

La dimensione dell' 'io'? Qualcuno dirà che l'economia tutto avrà trascurato fuorché la preoccupazione degli uomini per se stessi, comunque sia declinata: guadagnare, consumare, primeggiare. Tutte cose di cui in una certa misura l'io ha effettivamente bisogno (per "essere" di più, per acquisire quella dose di autostima che è indispensabile per potersi aprire agli altri,...). Ma l'io ha delle esigenze ben più sottili, e tra queste c'è il bisogno di senso, di significati, di spendersi per obiettivi intrinsecamente validi. Nel far spazio a questa domanda di valori che viene dal nostro interno, suggerisce Ricoeur, ciascuno di noi ha una vera e propria responsabilità etica, questa volta verso se stessi. Che questo bisogno di significati alberghi effettivamente dentro di noi è confermato da varie indagini empiriche (ad esempio Borzaga, 2004). Una conferma diretta la ricevo continuamente attraverso i colloqui che ho con gli studenti della mia facoltà dopo il termine dei loro studi, in cui spesso mi chiedono se ho da dar loro delle indicazioni per trovare un lavoro che sia in linea con i loro valori, la loro visione del mondo, il loro desiderio di far qualcosa di utile in sé, e non solo ottenere un buono stipendio e buone opportunità di carriera.

Anche a questa terza dimensione dell'etica l'EdC è indubbiamente molto attenta. Basta guardare a come quella di imprenditore (ma poi anche di manager o comunque di portatore di responsabilità in un'impresa) sia vista davvero come una vocazione, una vocazione a perseguire i valori, anche spirituali, più elevati proprio attraverso questo impegno apparentemente troppo secolare.

A questo proposito, si potrebbe dire che nelle imprese EdC la presa in conto della dimensione del "tu" e dell' "io" rivolge ulteriori richieste ai responsabili: ad essi, infatti, non si chiede più solo di fornire buone occasioni di lavoro e prodotti di qualità a prezzi adeguati, ma anche opportunità di instaurare relazioni positive e di impegnarsi in modi compatibili con le proprie idealità. Tuttavia, anche vero che la valorizzazione della dimensione interpersonale e di quella valoriale mette in moto nuove motivazioni nelle persone coinvolte, come appare chiaramente dalle storie di molte imprese EdC: è proprio da lì che viene quel surplus che in



molti casi consente alle imprese stesse di sopravvivere o prosperare a dispetto dell'handicap che, in un mondo spesso fatto di furbi, può costituire la loro correttezza fiscale, ambientale, contrattuale.

Mi sembra di poter dire che la visione dell'uomo, della società, delle organizzazioni produttive, che sta sotto il progetto EdC e che ha il suo fulcro nella parola 'comunione', contenga, richieda, sottolinei tutte queste tre dimensioni del **dover essere** non solo dei singoli, ma anche delle imprese, che si vorrebbero impostate in modo da facilitare l'esplicarsi di questo essere e agire tridimensionale di quelli.

Naturalmente siamo consapevoli che questo nostro dover essere siamo riusciti a realizzarlo solo in modo parziale. Molte sono le domande che nascono a questo riguardo. Ne cito solo due.

Forse il nostro "volontarismo" rischia di scavalcare l'impegno pubblico a garantire un adeguato flusso di risorse da ridistribuire a favore dei meno abbienti?

Forse la sottolineatura della responsabilità degli imprenditori mette in secondo piano quella dei dipendenti, che si troverebbero poco coinvolti nelle finalità e nella logica d'azione di queste imprese?

Ai nostri interlocutori di oggi chiediamo, da un lato, di reagire alla proposta che in questi giorni è stata presentata e che in queste mie parole ho cercato di ripresentare sotto una certa luce; dall'altro, di arricchirci di elementi nuovi attingendo alla propria esperienza e al proprio patrimonio di riflessione.