



Per una economia capace di felicità Spunti di riflessione e provocazioni teoriche

Luigino Bruni^{*}
Università di Milano-Bicocca

Non vi è felicità senza gli altri (T. Todorov)

*Il puro uomo economico è in effetti assai
vicino all'idiota sociale (A. Sen)*

Introduzione

Che la felicità sia tornata tra gli interessi degli economisti è ormai un fatto. Si susseguono pubblicazioni, convegni, dibattiti anche su quotidiani e riviste non specialistiche, che mostrano che il rapporto tra la vita economica e la felicità sta uscendo dagli ambienti accademici per entrare nel vivo della scena.

Questo ritorno della felicità in economia è dovuto all'emergere di un fatto nuovo e per certi versi paradossale. Anche gli economisti hanno sempre saputo che la ricchezza non fa di per sé la felicità. L'ipotesi che comunque sottostava alle loro analisi era che l'aumento della ricchezza, o del benessere economico, anche se non sempre portava ad un "proporzionale" aumento di felicità, non portasse comunque ad una diminuzione.

Per questo l'economia si è potuta legittimamente ritagliare un ambito meno complesso della felicità: la *ricchezza* o il *benessere* (economico), con la consapevolezza però che gran parte della felicità delle persone dipendeva da fattori non economici, in particolare dalla vita relazionale e affettiva, che non transitava per il mercato.

In questa breve nota cercherò di rispondere alle seguenti domande:

- a) perché l'economia non può evitare di fare i conti con il tema della felicità
- b) esiste una spiegazione convincente del "paradosso" della felicità?
- c) Quali sono i vantaggi di una riconsiderazione della felicità in economia?

^{*} Ringrazio Benedetto Gui, Robert Sugden e Vittorio Pelligra con i quali sono in un continuo e ricco dialogo sui temi di questo scritto.

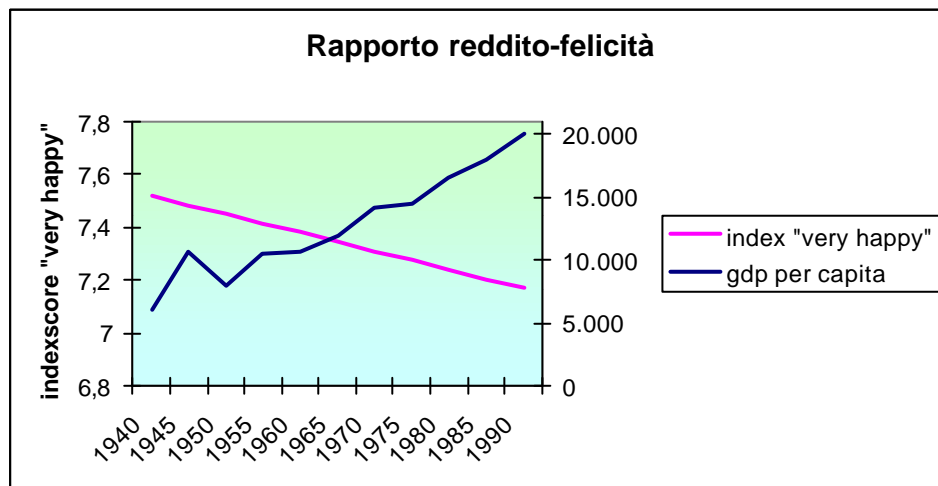
Vedremo come il tema della fiducia, e più in generale il ruolo dei rapporti interpersonali genuini e non strumentali, sia la variabile attorno a cui ruota l'intero discorso di questo scritto.

1. Il dibattito attuale

Per entrare in modo semplice e veloce nei temi centrali del presente dibattito su economia e felicità, indichiamo la felicità con F , il reddito (inteso come mezzi materiali) con I , le relazioni interpersonali genuine con R , e ignoriamo altri elementi importanti (come la salute) possiamo scrivere indicare felicità come segue: $F = f(I, R)$.

Se una tale relazione logica è vera, allora è giustificabile concentrarsi sul reddito (I), studiare le sue leggi e dinamiche, poiché in questo modo si contribuisce direttamente alla felicità, che è il fine ultimo delle persone. A condizione però che l'aumento del reddito (I) non abbia effetti negativi sulle relazioni, e quindi indirettamente sulla felicità: perché allora il discorso si complica, come sta avvenendo in questi ultimi anni.

La novità che ha fatto ritornare la felicità di moda in economia è che nelle società a reddito elevato *avere più reddito sembra rendere le persone più infelici*, come sinteticamente mostra il seguente grafico:



Recentemente però nelle società a reddito elevato *avere più reddito non ci fa più felici*, o meno di quanto ci aspetteremmo. E' questa novità che ha spinto anche gli economisti, da circa venticinque anni, a studiare la felicità, e oggi molti "credono che la felicità debba avere ancora una volta un posto più centrale nella scienza economica" (Dixon 1997, p. 1812).

L'indice "Very Happy" all'*U.S. National Surveys' questionnaire* nel periodo 1946-1990 è infatti diminuito (dal 7,5 al 7%) mentre il GDP pro-capite è fortemente cresciuto (da 6.000 a 20.000

\$).¹ Putnam (2000), Wright (2000), Lane (2000), tutti sostengono che l'*happiness* sta diminuendo, o non crescendo, nelle economie avanzate.²

Agli economisti però non basta rilevare il paradosso: essi cercano di spiegarlo, di trovare il perché di un andamento del rapporto ricchezza/felicità diverso da quello che il buon senso si aspetterebbe, e da quello da sempre ipotizzato dagli scienziati sociali.

Le spiegazioni sono molte. C'è però un'idea presente un po' in tutte le diverse teorie: la scienza economica nel concentrarsi sulle sue variabili focali (reddito, ricchezza, consumo ...) trascura qualcosa di importante che poi si riflette sulla felicità o *star-bene* (*well-being*) delle persone. Senza entrare nella ricchissima letteratura psicologica, il "qualcosa" di importante è individuato da economisti e da altri scienziati sociali: negli status lavorativi (Frey e Stutzer 2001), nelle aspirazioni sociali (Easterlin 2000), nelle libertà (Veenhoven 2000, Sen 2000), nella diminuzione di altruismo (Phelps 2001), nella disuguaglianza (Alesina, Di Tella e MacCulloch 2002), nella diminuzione della vita associativa e del social capital (Putnam 2000, Lane 2000), nelle esternalità posizionali (Frank 1997, 1999; Keely 2000).

Si può comunque affermare che la quasi totalità di queste teorie concordano nell'affermare che il qualcosa che l'economia trascura ha a che fare con i rapporti interpersonali genuini, che, non a caso, costituiscono il cuore di questa ricerca.

Diciamo subito che la felicità che oggi interessa gli economisti non è la "felicità pubblica" degli economisti napoletani del settecento,³ poiché anche se l'*happiness* è un concetto che esprime cose molto diverse, e ogni economista lo usa un po' a modo suo, in generale si può dire che con *happiness* oggi si intende il *subjective well-being*, e cioè una valutazione della propria vita presa nel suo insieme (*as-a-whole*), misurata tramite questionari nei quali le persone debbono rispondere scegliendo normalmente tra categorie fisse: "very happy", "happy", "fairly happy", "unhappy", "very unahappy". Non si usa quindi una definizione *oggettiva* di *happiness*, ma l'auto-classificazione dei soggetti dipende interamente dalla loro percezione individuale.⁴

Gli economisti sono soprattutto interessati a spiegare questo paradosso. Il dibattito è ancora molto giovane per avere teorie robuste. Le teorie principali che cercano di spiegare il paradosso della felicità rientrano nella prima o nella seconda spiegazione.

La spiegazione più comune tra gli economisti guarda soprattutto al rapporto diretto reddito/felicità. In particolare la teoria più diffusa si basa sull'ipotesi di "consumo relativo", e cioè

¹ Cf. Lane 2000, p. 5.

² Molte delle analisi sono basate in USA su 24.333 questionari della United States General Social Survey (1972-1994). Per l'Europa la principale fonte è l'Euro-Barometer Survey Series (1975-1992), e gli individui intervistati sono 273.386. La domanda dei questionari è la seguente: "Nell'insieme, ti consideri molto felice, abbastanza felice, o non molto felice?" Cfr. Alesina, Di Tella, MacCulloch (2002).

³ Il tema della felicità è un tema molto antico anche in economia. A Napoli, e nei paesi latini, l'economia moderna nasce proprio associata all'idea di "pubblica felicità": sulla storia della felicità ed economia cf. Bruni (2002).

⁴ E' Per questo motivo che autori come Sen criticano la validità di una categoria come l'*happiness* come base per valutare il "benessere" (*well-being*) delle persone.

all'ipotesi che la felicità dipenda da quanto il nostro reddito (o consumo) si differenzia da quello di coloro con i quali ci confrontiamo. Questa teoria è sviluppata oggi soprattutto dall'economista americano Robert Frank (1999).

La seconda spiegazione, costruita attorno ai concetti di *eudaimonia* e *beni relazionali*, è ancor meno sviluppata; per questo merita rifletterci, come faremo nella seconda parte dello scritto.

2. Felicità, confronti e distribuzione del reddito

La teoria di Frank si basa sulla natura relazionale di molti atti di consumo: il gruppo di appartenenza, lo *status*, la posizione relativa nella gerarchia sociale, sono fattori decisivi per comprendere la natura del consumo.⁵

E' il reddito o il consumo "relativo", cioè la differenza tra il nostro livello e quello degli altri (a noi prossimi), non il livello *assoluto*, che aumenta o diminuisce la nostra felicità. Nella funzione che abbiamo introdotto nel paragrafo precedente, $F = f(I, R)$, si modifica la variabile "I" (reddito), affermando che la felicità dipende da quanto il mio reddito assoluto (I) si differenzia da quello di riferimento (I_m). La funzione diventa quindi: $F = f(I - I_m; R)$, e la spiegazione del paradosso trova una sua prima spiegazione: il reddito pro-capite aumenta ma la differenza tra questo e quello medio (o di riferimento) non aumenta, o addirittura diminuisce, ecco spiegata dunque la diminuzione di felicità. Se il mio reddito (I) aumenta ma quello medio dei miei colleghi (I_m) aumenta di più, la mia "felicità" potrebbe diminuire.

Da qui il titolo del suo primo libro sul tema "Choosing the right pond" (scegliere la pozzanghera giusta), a commento della vignetta posta nella prima pagina del libro, dove un rospo dice alla maga: "Ho cambiato idea: preferisco essere un grande principe incantato in una piccola pozzanghera che un piccolo principe incantato in una grande pozzanghera". Ciò che conferisce utilità nel consumo è soprattutto il "differenziale" di reddito-consumo, e cioè di quanto il livello di A è maggiore di quello di B, non tanto dei livelli assoluti.

Il puntare al differenziale di consumo porta però a situazione del tipo "dilemma del prigioniero": la ricerca dell'egoistico interesse personale porta ad una diminuzione di felicità pubblica. Ne sono esempi il giovane che durante un concerto si alza in piedi (per migliorare la sua posizione relativa), producendo l'effetto che tutti nello stadio faranno altrettanto, per cui vedranno tutti il concerto in piedi (diminuzione generale di felicità pubblica); o chi urla in un party, perché "individualmente" vuole farsi capire dal vicino, con il risultato (inintenzionale) che l'inquinamento

⁵ Questa idea era già presente nelle *Prospettive economiche per i nostri nipoti* di J.M. Keynes (1930), nella sua distinzione tra bisogni "assoluti" (i *basic needs*) e bisogni "relativi" (quelli derivanti dalle interazioni sociali), ma soprattutto la ritroviamo nella categoria del «consumo ostentativo» di T. Veblen (1899), predecessore di Frank alla Cornell University di Ithaca (USA) - è mia impressione che Frank nei suoi scritti riconosca troppo poco il suo debito nei confronti di Veblen.

acustico della sala aumenta, e molti altri: “il conflitto tra individuo e gruppo è la più importante spiegazione dello squilibrio nei nostri attuali piani di consumo” (1999, p. 158).

Questa teoria del reddito relativo dà quindi molta importanza, per i suoi effetti sulla felicità dei soggetti, ai cambiamenti nella distribuzione del reddito. Infatti negli USA – e ancora di più per l'Europa, in cui la cultura sociale tende a considerare molto negativa la presenza di ineguaglianza nel reddito: cf. Alesina Di Tella e McCulloch 2002 – si riscontra una stretta correlazione tra diminuzione di felicità e aumento della diseguaglianza.

La competizione posizionale o il consumo posizionale non sono fenomeni tipici delle sole società a reddito elevato (dove però più si manifestano i paradossi della felicità). Dagli antropologi sappiamo che in tutti i tipi di società esiste il consumo posizionale, e spesso anche le stesse pratiche di dono hanno come principale scopo quello di “ostentare” alti livelli di consumo, e ribadire il proprio status. Nella sua “Teoria della classe agiata” 1949[1899], Veblen, l'autore che ha inaugurato la tradizione di studi in cui oggi Frank si colloca, offriva una risposta interessante: è la spersonalizzazione delle relazioni sociali, tipica delle società moderne, che conduce ad un maggior consumo posizionale. Nei villaggi, o nelle piccole comunità, lo status viene comunicato in molti modi, e i mezzi simbolici per rinsaldare la propria posizione sociale sono molteplici. Nelle anonime società contemporanee – oggi più che nelle società descritte da Veblen – il consumo resta di fatto l'unico mezzo per dire ciò che siamo: ecco quindi l'acquisto di auto e abitazioni di lusso per comunicare con il vicino di casa che non conosciamo, o il telefonino di ultima generazione per dire qualcosa di noi ai nostri colleghi: una competizione posizionale che nelle società anonime è alimentata *solo dai beni*.

Sulla base di questa teoria non è poi difficile comprendere perché la globalizzazione ci rende meno felici: con l'allargamento del gruppo di riferimento, fino ad abitare tutti in un unico villaggio globale, i primi sono sempre di meno e i secondi sempre di più.

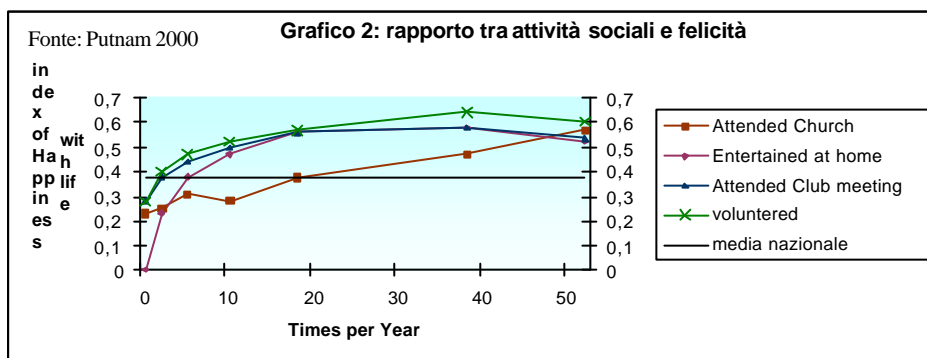
Infine, se l'individuo fa molta attenzione al proprio reddito in termini relativi, nel momento in cui quello degli altri aumenta lui sarà incentivato a cercare un nuovo lavoro o a lavorare più ore, con ricadute su altre dimensioni della sua vita. Un tema che ci introduce alla seconda spiegazione del paradosso della felicità.

3. Il paradosso della felicità e i beni relazionali

In questo ultimo paragrafo cercherò di mettere assieme i vari pezzi costruiti finora, per arrivare ad abbozzare una spiegazione dei paradossi della felicità, attraverso l'*eudaimonia* e i *beni relazionali*.

Il lavoro di Robert Lane (2000) può aiutare ad entrare in questo passaggio. Anche egli parte dalle analisi empiriche sulla felicità, e in particolare dal constatare la diminuzione di felicità nelle

democrazie di mercato (come recita il titolo del suo ultimo libro), segnale che anche Lane si pone dalla parte dei “pessimisti”; cerca poi di dare la sua spiegazione al paradosso di più reddito accompagnato da una diminuzione di felicità. Egli lega molto esplicitamente la perdita di felicità delle economie avanzate alla diminuzione di rapporti interpersonali genuini, sulla base della semplice considerazione che molti, e i più importanti, piaceri della vita non hanno prezzo, non sono in vendita, e non passano attraverso il mercato (Lane 2000, p. 59). In particolare il reddito conta poco nelle società che hanno risolto il problema della sussistenza, mentre la vera variabile chiave è la *companionship*: “noi otteniamo felicità primariamente dalla gente; è il loro affetto o non gradimento, l’opinione buona o cattiva che essi hanno di noi, la loro accoglienze o rifiuto che più influenza i nostri umori. Il reddito è soprattutto visto al servizio di queste forme di stima sociale” (p. 6).



Anche Robert Putnam, che molto ha fatto nel lanciare le teorie del *social capital*, individua nella diminuzione delle virtù civili e della vita associativa la diminuzione di *happiness* nella società americana (v. grafico 2). Lane e Putnam però non si spingono molto oltre a discutere *perché* la felicità dipenda dalla vita associativa o, come dice Lane, dalla *companionship*.

Per dire qualcosa di più muovendosi in questa direzione occorre introdurre il concetto di *beni relazionali*, strettamente legati alla teoria della felicità come eudaimonia.

I beni relazionali possono essere definiti beni pubblici locali, *relation-specific*, prodotti da “incontri” nei quali l’identità, l’atteggiamento e le motivazioni dei soggetti coinvolti sono elementi essenziali nella creazione e nel valore del bene.

La differenza tra i *beni relazionali* (qui l’aggettivo “relazionale” è *sostantivo*) e i beni nei quali la qualità della relazione che si instaura tra i contraenti è una caratteristica importante (aggettivo *predicativo*), risiede nel fatto che nei beni relazionali è la *relazione in sé* a costituire il bene economico. È ovvio che nel bene “taglio di capelli” (per fare un esempio) la relazione che si instaura tra cliente e fornitore (barbiere) è un elemento importante per l’utilità che si ricava dal consumo di quel bene: un barbiere simpatico aumenta il valore del bene (servizio), e uno antipatico lo diminuisce. Ma il bene (taglio di capelli) ha un’esistenza indipendente dalla qualità

della relazione, e forse dalla relazione stessa, tanto che se un domani inventassero dei barbieri-robot qualcuno potrebbe anche preferirli al barbiere-persona.

Nell'amicizia, nei rapporti famigliari, nell'amore, i tipici beni relazionali (Gui (2001) li chiama *assets* relazionali), è *la relazione in sé* a costituire il bene: essi nascono e muoiono con la relazione stessa.⁶ È difficile amare, essere amico o parente di un computer, ed è impossibile essere amico di qualcuno in modo unilaterale. Inoltre, l'*identità* dell'altra persona è essenziale: posso cambiare barbiere e il bene "taglio di capelli" posso consumarlo da un'altra parte; ma se cambio partner il bene relazionale si distrugge (un amico non vale un altro).

Infine, mentre in un taglio di capelli non è essenziale se il "sorriso" o la simpatia del barbiere sono espressioni di sincero interesse o invece solo strumentali a conservare il cliente, nei beni relazionali il "perché", la motivazione che muove l'altro, è un elemento essenziale (come già ricordava Aristotele, non si può essere amici genuini per interesse).

Sulla scia di Martha Nussbaum, che ha collegato da un punto di vista filosofico l'eudaimonia con i beni relazionali⁷ (che lei individua, seguendo Aristotele, nell'amicizia, nell'amore e nell'impegno civile), è possibile unire i vari pezzi fin qui costruiti e abbozzare gli elementi base di una teoria del rapporto reddito-felicità, quest'ultima intesa come eudaimonia.

Se indichiamo con F la felicità-eudaimonia di un individuo, con I il reddito (inteso come mezzi materiali), con R i beni relazionali, e ignoriamo altri elementi importanti (come, ad esempio, la salute) possiamo scrivere: $F = f(I, R)$.

Se una tale relazione logica è vera, allora è giustificabile concentrarsi sul reddito (I), studiare le sue leggi e dinamiche, poiché in questo modo si contribuisce direttamente alla felicità, che è il fine ultimo delle persone (è questa la posizione dei classici inglesi, di Marshall e Pigou in particolare); ciò è vero a condizione che l'aumento del reddito non produca sistematicamente effetti negativi sui beni relazionali, e quindi indirettamente sulla felicità: perché allora il discorso si complica. Vediamo come.

Se partiamo dalla relazione $F = f(I, R)$ la diminuzione di felicità può derivare o da un effetto negativo *diretto* di I su F , oppure da un effetto *indiretto* di I su F , attraverso, ad esempio, un effetto negativo sulle relazioni che potrebbe smorzare, o addirittura soverchiare, l'effetto che l'aumento di reddito ha sulla felicità.

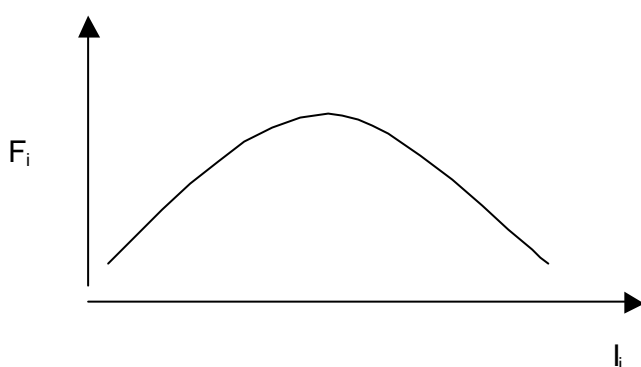
Una teoria della felicità come eudaimonia ci aiuta così a penetrare più in profondità il paradosso da cui siamo partiti. Se l'impegno per aumentare il reddito (assoluto o relativo) produce sistematicamente effetti negativi sulla qualità e quantità delle nostre relazioni (fa diminuire la felicità che traiamo dal "consumo" di beni relazionali), l'*effetto complessivo* di un aumento di reddito sulla felicità (che di per sé potrebbe anche non avere effetti *diretti* negativi: pensiamo ai

⁶ Benedetto Gui (2001) fornisce di bene relazionale una definizione più puntuale rispetto a quanto da me sinteticamente qui esposto.

⁷ Credo che la Nussbaum sia stata la prima, nel 1986, a utilizzare l'espressione "relational goods".

paesi a bassi livelli di reddito), a causa delle conseguenze negative che indirettamente produce sulle relazioni, può essere negativo. E' ragionevole supporre che l'effetto complessivo del reddito sulla felicità sia positivo per bassi livelli di reddito, ma che, dopo aver superato una certa soglia, questo divenga negativo. Se possiede livelli di reddito molto bassi, l'individuo ottiene un miglioramento dei suoi rapporti in seguito ad aumenti di reddito (se siamo molto poveri, un aumento di reddito ci consente di coltivare meglio anche le nostre amicizie: nella povertà estrema la gratuità è minacciata);⁸ è però probabile che l'incremento marginale di F grazie ad I sia decrescente (v. grafico 3):

Grafico 3: Rapporto tra reddito pro-capite e felicità-eudaimonia



Perché, viene da chiedersi, gli individui dovrebbero spingersi nelle regione di decrescenza della felicità? Robert Reich, economista di Harvard e consulente di diversi governi americani, dà la sua interpretazione:

Il problema è che questo equilibrio tra il guadagnarsi da vivere e il guadagnarsi una vita più equilibrata sta diventando più difficile da raggiungere perché la logica della *new economy* fa sì che sia prestata più attenzione al lavoro e meno alla vita individuale. ... Tutti noi traiamo grandi vantaggi dalla *new economy* ... Godiamo delle straordinarie opportunità che ci offre come consumatori e, sempre di più, anche come investitori. Stiamo spingendo la nuova economia in avanti. Eppure c'è un "ma". Per quanto la nuova economia sia meravigliosa, stiamo sacrificando sul suo altare parti significative della nostra vita: aspetti della vita familiare, delle amicizie, delle comunità, di noi stessi. Queste perdite vanno a braccetto con i benefici che ne ricaviamo. In un certo senso, sono le due facce della stessa medaglia (2001, pp. 18-21).

A queste considerazioni di Reich vanno aggiunti altri elementi, di tipo, diciamo, sociologico. Nelle società avanzate (ricordiamo che sono queste dove si verificano i paradossi in questione) il “lavorare molto” è spesso un segnale per dire altro: la nostra posizione sociale, il successo o il potere. Tutta la cultura che ci circonda, dalla pubblicità ai varietà televisivi, abbinano la felicità al consumo di beni sempre più complessi, che solo gli alti redditi ci consentono (non ho mai ascoltato una pubblicità che abbinava una vita realizzata a trascorrere il tempo con gli amici o a donarsi agli altri, o a svolgere lavori come la casalinga, associato invece ad una alta produzione di beni relazionali).

Queste spiegazioni poggiano tutte sull'ipotesi che le persone non sono razionali (nel senso della teoria standard), altrimenti tutti dovrebbero fissare la propria offerta di lavoro in corrispondenza del punto in cui la felicità è massima. Ma questo non accade, e i dati empirici ce lo dicono chiaramente. E questo perché nelle interazioni sociali (alle quali la felicità è profondamente legata) la razionalità individualistica e strumentale fallisce, con le classiche situazioni dilemmatiche: volenti o no, la *felicità è un bene pubblico*, come gli economisti del settecento avevano ben capito.

Infine, siccome la felicità-eudaimonia ha tra i suoi argomenti i beni relazionali, che dipendono dalle scelte e dalla libertà degli altri, non possiamo controllarla completamente, massimizzarla come le classiche variabili degli economisti: è questo l'elemento più interessante del “paradosso della felicità”, su cui mi piacerebbe tornare in futuri lavori. Per ora mi limito a riportare una bella intuizione di Todorov: “tutte le forme di realizzazione hanno un aspetto paradossale: sembra che in esse l'io venga dimenticato e invece ne esce arricchito. Quando faccio un lavoro per il piacere di farlo non penso a me; quando ammiro o comunico indietreggio sullo sfondo. Eppure, ogni volta, rafforzo la mia esistenza” (Todorov 1998, pp. 171-172).

Per concludere

Uno dei messaggi che ci questa riflessione attorno al rapporto tra economia e felicità ci può lasciare è che i “beni”, in certe condizioni, possono trasformarsi in “mali”: se avere più reddito per acquistare più beni, alla fine, ci rende meno felici, allora occorre domandarci sul serio quale è il significato e la natura dei beni, che l'economia da sempre studia. L'economia è nata con lo scopo di aumentare la “ricchezza delle nazioni”: se questa ricchezza invece di portare benessere ci far star male allora è giunto il momento di cambiare qualcosa di importante nel concepire la natura e lo scopo dell'economica.

⁸ Interessante a questo proposito è una lettera del Nobel per la letteratura V.S. Naipaul, scritta al padre durante i suoi studi giovanili a Oxford nel 1951: “Vorrei tanto avere 200 sterline in più all'anno per vivere. La vita qui sarebbe allora semplicemente perfetta. Non riesco ad avere amici perché non posso offrire loro da bere” (Naipaul 2000, p. 144).

Certamente il mancato incontro tra scienza economica e relazioni umane genuine è una potente spiegazione delle ragioni di questo grave malessere. La separazione dei beni dalle persone che li producono, scambiano e consumano, ha fatto sì che ad essere divenuto oggetto di studio e di attenzione non sia il rapporto umano che porta alla produzione-scambio-consumo delle cose, ma le cose stesse. Il presente dibattito sulla felicità, e i paradossi ad esso collegato, può essere un invito a riportare l'attenzione che sebbene i beni siano importanti, la felicità delle persone conta di più.

E se guardiamo al crescente interesse degli economisti per temi quali reciprocità, fiducia, *social capital*, beni relazionali non possiamo che essere ottimisti circa l'imminenza di una scienza economica ancora "capace di felicità".

BIBLIOGRAFIA:

- Alesina, A., Di Tella, R., MacCulloch, R. (2002), "Inequality and happiness: are Europeans and Americans different?", mimeo, Harvard.
- Bruni, L. (2001), *The histories of happiness in economics*, in corso di pubblicazione nel "Journal of History of Economic Thought".
- Dixon, H.D. (1997), *Controversy. Economic and Happiness. Editorial note*, "Economic Journal", 107, pp. 1812-14.
- Doria, P.M. (1710) *Della vita civile*, Torino.
- Douglas, M., Isherwood, B. (1984), *Il mondo delle cose*, Bologna.
- Easterlin, R. (1974), *Does economic growth improve human lot? Some empirical evidence*, "Nation and Households in economic growth: Essays in honour of Moses Abramowitz" (ed. by P.A. Davis and M.W. Reder), Academic Press, New York and London.
- Easterlin, R. (2000), "Income and Happiness: Towards a Unified Theory", Mimeo, Oxford University.
- Esposito, R. (1998), *Communitas*, Einaudi, Torino.
- Frank, R. (1997) *The frame of reference as a public good*, "Economic Journal", 107, pp. 1832-47.
- Frank, R. (1999), *Luxury fever*, New York.
- Frey, B., Stutzer, A. (2001), "Maximising happiness?", mimeo, Università di Zurigo.
- Genovesi, A. (1963), *Autobiografia e lettere*, Feltrinelli, Milano.
- Genovesi, A. (1976), *Scritti*, a cura di F. Venturi, Torino.
- Gui, B. (2001), *Economic interactions as encounters*, mimeo, Università di Padova.
- Lane, R. (2000), *The loss of happiness in the market democracies*, Yale.
- Loria, A. (1904), *Verso la giustizia sociale*, Milano.
- Keely, L.C. (2000), "Why isn't growth making us happier?", mimeo, Oxford.
- Keynes, E.J. M. (1930), *Essays in persuasion*, Macmillan, London.
- Malthus, T.R. (1798), *Saggio sul principio di popolazione*, ed. italiana 1977, Torino.
- Michels, R. (1918), *Economia e felicità*, Milano.
- Naipaul, V.S. (2000), *Letters between a father and son*, Abacus, London.
- Ng, Y.K. (1997), *A Case for Happiness, Cardinalism, and Interpersonal Comparability*, "Economic Journal", 107, pp. 1848-58.
- Nuccio, O. (1995), *La civiltà italiana nella formazione della scienza economica*, Milano.
- Nussbaum, M. C. (1986), *The fragility of goodness: Luck and Ethics in Greek tragedy and Philosophy*, CUP, Cambridge.
- Oswald, A.J. (1997), *Happiness and economic performance*, "Economic Journal", 107, pp. 1815-31.
- Phelps, C. (2001), *A Clue to the Paradox of Happiness*, "Journal of Economic Behavior and Organization", 45, pp. 293-300.
- Reich, R. (2001), *L'infelicità del successo*, Fazi, Roma.
- Schumpeter, J.A. (1994), *History of economic analysis*, London. Pr. Ed. 1954
- Sen, A. (2000), *Lo sviluppo è libertà*, Mondadori, Milano.
- Sismondi, S. (1974), *Nuovi principi di economia politica*, Milano. Pr. Ed. 1819.
- Smith, A. (1984), *The Theory of moral sentiments*, Londra. Pr. Ed. 1759.
- Veblen, T. (1899), *The theory of the leisure class*, New York.
- Veenhoven, R. (2000), "Freedom and Happiness: a comparative study in 44 nations in the early 1990s", mimeo, Oxford University.
- Verri, P. (1963), *Discorso sulla felicità*, Milano. Pr. Ed. 1763.