

L'imprenditore, il mercato, l'innovazione

La crisi come opportunità da cogliere per crescere insieme

Luigino Bruni

Innovazione e creatività

nella vita economica (dell'*economy*) l'innovazione svolge un ruolo centrale. Lo vediamo osservando la vita delle imprese e i mercati, che è (quando l'economia è civile) essenzialmente una gara nell'innovare nel rispondere meglio ai bisogni dei cittadini. L'autore che ha fornito una vera e propria teoria dell'economia di mercato incentrata sul concetto di innovazione è l'economista e scienziato sociale J.A. Schumpeter il quale nel suo libro *Teoria dello sviluppo economico* (2002[1911]) descrive la dinamica del capitalismo come una rincorsa tra innovatori ed imitatori.

Egli utilizza un modello idealtipico nel quale il punto di partenza è lo "stato stazionario" dove le imprese pongono in essere soltanto attività routinarie, dove la vita economica si ripete in modo uniforme nel tempo, e il valore aggiunto da esse prodotto è esattamente sufficiente per coprire i costi di produzione e gli ammortamenti, senza creazione di nuova ricchezza. Lo sviluppo economico inizia quando un imprenditore spezza lo stato stazionario introducendo un'*innovazione*, che, per Schumpeter, è qualsiasi invenzione tecnica, nuova formula organizzativa, creazione di nuovi prodotti o di nuovi mercati, che fanno sì che si possa creare nuova ricchezza, che non solo copra i costi di produzione e gli ammortamenti, ma che crei profitto. Per Schumpeter il profitto, compreso l'interesse bancario, può essere maggiore di zero solo in presenza di innovazioni. L'imprenditore innovatore è il protagonista dello sviluppo economico, poiché crea vero valore aggiunto, e rende il sistema sociale dinamico.

L'innovatore è poi seguito da uno "sciame" di *imitatori* (che nella teoria di Schumpeter non sarebbero degli autentici imprenditori), che sono attratti dal profitto come le api dal nettare, ed entrano così nei settori nei quali si sono verificate le innovazioni e creati profitti, facendo sì che, a seguito dell'aumento del numero di imprese e quindi dell'offerta di beni, il prezzo di mercato diminuisca fino ad assorbire interamente il profitto a suo tempo generato dall'innovazione, riportando così l'economia e la società nello stato stazionario, finché una nuova innovazione non ri-inizia il ciclo dello sviluppo economico. Il profitto ha dunque una natura transitoria, poiché sussiste fin quando c'è innovazione, nel lasso di tempo che passa tra l'innovazione e l'imitazione. L'imitazione non ha solo una valenza negativa: essa svolge invece un compito importante, poiché fa sì che i vantaggi dell'innovazione non restino concentrati solo nell'impresa che ha innovato ma si estendano sull'intera società (ad esempio attraverso la riduzione dei prezzi di mercato, che aumenta il benessere collettivo).

Ma il messaggio di Schumpeter è ancora più forte: l'imprenditore è fattore di sviluppo economico e civile *solo se e quando innova*, e innovando è elemento costruttore di bene comune. Quando smette di innovare, magari cercando solo rendite di posizione o dedicandosi ad attività speculative, l'imprenditore muore in quanto innovatore e blocca la rincorsa o la staffetta innovazione-imitazione che è la vera dinamica virtuosa che spinge avanti la società¹. Inoltre, l'innovazione è un fatto sociale, non una faccenda privata dell'imprenditore o dell'impresa.

¹ Ritroviamo anche nella teoria dell'innovazione schumpeteriana l'idea, tipicamente settecentesca (da Smith a Genovesi) che il bene comune non è parte degli obiettivi intenzionali dell'imprenditore, ma piuttosto il risultato inintenzionale di azioni mosse da obiettivi o passioni individuali (la cosiddetta eterogenesi dei fini, che in economia è nota soprattutto come la metafora smithiana della "mano invisibile", che trasforma, quando esistono i mercati e le istituzioni, interessi privati in benessere collettivo).

C'è bisogno, ad esempio, di finanziatori e di banchieri innovatori, che siano capaci di capire l'innovazione e dare fiducia (credito, da *credere*) all'innovatore. Infatti, se l'innovazione è *autentica* innovazione, nello stato stazionario non ci sono le categorie culturali per capirla: la sorte dell'innovatore è dunque l'incomprensione e la diffidenza generale, finché non incontra altri soggetti innovatori (nella banca, nelle istituzioni, ...) che fanno sì che quelle sue idee possano diventare innovazione in senso proprio (non è sufficiente l'invenzione o la nuova idea perché si abbia l'innovazione, poiché se mancano queste condizioni "sociali", quelle invenzioni e quelle idee non maturano in innovazione, e quindi non producono sviluppo economico).

Esiste allora da questa prospettiva teorica (che, va notato, non è la linea che è diventata dominante nella scienza economica contemporanea, ancorata invece ad una visione del mercato più statica e meccanicistica), un rapporto profondo *tra economia e creatività*, essendo l'innovazione frutto della creatività umana.

Uno dei primi economisti-filosofi ad enfatizzare il *ruolo della creatività* e dell'intelligenza umana è stato il milanese Carlo Cattaneo, che attorno alla metà dell'Ottocento sviluppò un pensiero economico che, criticando gli economisti inglesi che avevano individuato nei fattori produttivi gli elementi chiave dello sviluppo economico, poneva invece come punto causale dello sviluppo economico proprio l'uomo e la sua intelligenza. In un brano di un suo studio del 1859, *Frammenti di filosofia civile*, leggiamo: "Non v'è lavoro, non v'è capitale, che non cominci con un atto d'intelligenza. Prima d'ogni lavoro, prima d'ogni capitale ... è l'intelligenza che comincia l'opera, e imprime in esse per la prima volta il carattere di ricchezza". E' dunque la persona che con la sua creatività e con la sua intelligenza entra in rapporto con gli altri e con le cose, e così conferisce valore, anche economico, ai beni: una tesi sorprendentemente profetica per il suo tempo, e attualissima per il nostro.

Innovazione e carismi

La teoria di Schumpeter ci offre lo spunto per dire qualche cosa di più generale sul modo di procedere della storia, anche quella economica e civile. La rincorsa innovatore-imitatore non è troppo lontana dalla dinamica carisma-istituzione, sia nella versione originaria di Max Weber sia nella sua versione ecclesiologica di Von Balthasar, che interpreta la vita della Chiesa come un dialogo o tensione vitale tra diversi "profili", in particolare tra il profilo o principio carismatico e quello istituzionale (Bruni Smerilli 2008)².

² Nell'uso comune, oggi la parola carisma viene usata per indicare una «dote soprannaturale, come la virtù profetica, l'infalibilità, il parlare in lingue diverse e sim., concessa da Dio a un fedele per il bene della comunità ... la forza di persuasione, ascendente innato di chi possiede grandi o indiscusse qualità personali» (Il dizionario della lingua italiana, T. De Mauro). Si parla anche di persona o leader dotato di "carisma". L'uso che faccio del termine carisma ha come punto di riferimento la prima lettera di Paolo ai Corinti. Qui Paolo ci presenta una teologia e una visione di Chiesa nella quale *ogni* cristiano possiede un carisma, cioè un dono o una manifestazione particolare dello Spirito, grazie al quale contribuisce al bene della comunità. Nel corso della storia della Chiesa, soprattutto nel Novecento, il significato dell'espressione carisma, pur restando coerente con la tradizione paolina, si è esteso, e in un certo senso ha anche assunto nuove semantiche (le parole "theofore" sono sempre vive, e crescono nella storia). Lo si è usato anche per indicare i grandi doni carismatici ricevuti dai fondatori di ordini e movimenti religiosi che hanno sviluppato e portato a maturazione il messaggio evangelico, carismi che vengono definiti "grazie speciali", o doni "straordinari", e distinti dai doni "più semplici e più largamente diffusi" (*Lumen Gentium*, 12). Da questa prospettiva, che comunque continua sempre a muoversi rigorosamente all'interno del significato paolino, i carismi vanno letti in un contesto dinamico e storico. In lavori precedenti (in particolare in Bruni e Smerilli 2008, da cui traggio le considerazioni di questo paragrafo sui carismi) abbiamo utilizzato l'espressione carisma con un significato ancora diverso, che prende elementi delle due interpretazioni appena accennate (Paolo e *Lumen Gentium*), dicendo al contempo anche qualcosa di diverso. Con "carisma" intendo *un dono di occhi capaci di vedere dimensioni della vita che gli altri (che non hanno quel carisma o che non ne partecipano) non vedono*; oppure un dono che fa capaci di vedere "benedizioni" dove gli altri vedono solo "ferite" (Bruni 2007). Da una parte, quindi, siamo in linea con la lettura paolina di carisma (dono dato per il bene comune), ma i carismi che spiegano la dinamica civile sono soprattutto doni che non tutti ricevono, ma solo alcuni (e in questo senso la mia definizione è vicina a quella della teologia del Novecento, che usa l'espressione carisma per

La griglia teorica schumpeteriana si presta molto bene anche per comprendere e raccontare la storia economica e civile delle società come una rincorsa tra innovatori, i carismi, e gli imitatori, le istituzioni, che svolgono la funzione fondamentale di far sì che l'innovazione culturale e civile dei carismi diventi bene comune.

Le grandi innovazioni, anche economiche, sono state frutto di un'*eccedenza*, di un "di più" antropologico che ha fatto sì che si "spostassero avanti i paletti dell'umano". Per spingere più in là il territorio dell'umano occorrono però occhi diversi, di persone capaci di vedere di più e di diverso degli altri. Di carismi quindi, dove la *charis* dice proprio eccedenza, grazia, ciò che sovrabbonda oltre i confini del merito, del dovuto, degli interessi, dell'eros. Senza carismi non si darebbero le vere innovazioni nel campo dell'umano. Il carisma grida "non hanno più vino". L'episodio delle *Nozze di Cana* è infatti l'immagine più eloquente di Maria come icona del principio carismatico nella storia: Maria che durante la festa di nozze per prima si accorge che i commensali "non hanno più vino", (Gv 2,3). I carismi *vedono più lontano*, in particolare vedono cose diverse che altri non vedono. E vedono anche il "vino", non solo il pane; vedono cioè bisogni non solo primari, o meglio considerano il vino primario come il pane, vedono non sono la sete d'acqua ma anche l'arsura di bellezza, di rapporti, di dignità, di senso.

Restando solo nell'ambito economico, pensiamo, per fare solo qualche esempio in età recente, ai tanti uomini e donne che, grazie al particolare carisma ricevuto, si sono impegnati per dar vita al movimento sindacale, alle cooperative, ai fondatori di casse di risparmio, di casse rurali, che, fino ad oggi, continuano a trasformare problemi in risorse e in opportunità, ferite in benedizioni, grazie al dono di "occhi" diversi con cui guardano il mondo. Sono abitati da un daimon che grida dentro di loro, e li porta a servire l'umanità non per altruismo o bontà, ma per vocazione. Quando nella storia irrompe un carisma, grande o piccolo che sia (ma come si misura la grandezza di un carisma?), inizia un processo di autentica innovazione, che investe tutti i campi dell'umano, economia compresa. Fino all'epoca pre-moderna, quando l'economia non era ancora un ambito separato e distinto dal resto della vita in comune, era semplice vedere gli effetti economici di un carisma: chiunque fosse vissuto al tempo di Benedetto, o di Francesco, non avrebbe potuto non vedere gli enormi effetti civili ed economici di quel carisma; anzi, erano soprattutto quelli civili gli aspetti che più venivano in evidenza, o almeno che per primi venivano notati, in un mondo dove il religioso impregnava tutto di sé, e il fattore critico e scarso era lo sviluppo economico e civile. Le grandi innovazioni spirituali erano immediatamente innovazioni civili.

Va infatti ricordato che i grandi carismi nella storia sono stati eventi di liberazione morale e civile, soprattutto dei più poveri e degli esclusi, e lo sono ancora; sono stati, e sono, molto di più e di diverso di quanto la cultura contemporanea chiama, riduttivamente, "religioso" o "spirituale". I carismi di Benedetto e di Francesco, o di Don Bosco, furono anche, e, forse primariamente, strade di vita buona a 360° per coloro che ebbero il dono di incontrarli e di informare di quel carisma la propria vita, ma anche per chi non li incontrò mai, ma che visse meglio grazie alle innovazioni che quei carismi produssero ben oltre i confini geografici e storici nei quali si svilupparono.

Per questa ragione se guardiamo alle vicende umane con attenzione, ci accorgiamo che la storia dell'umanità, storia economia compresa, è anche il frutto di innovazioni prodotte da questi carismi, dalla *charis*. Poi (quando la vita civile e politica funziona), le innovazioni dei carismi vengono universalizzate delle istituzioni: Gandhi inizia nel marzo del 1930 la sua "marcia del sale", e quindici anni dopo l'India è indipendente, e la Costituzione supera la divisione castale. I carismatici danno la vita per rivendicare diritti negati di minoranze, donne, bambini, spesso contro le istituzioni; ma dopo un certo lasso di tempo, quelle stesse istituzioni seguono (imitano) l'innovazione e la fanno diventare bene comune. Senza i carismi di fondatori di ordini e congregazioni sociali tra Seicento e Novecento, solo per un esempio, la storia del welfare-state europeo sarebbe stata ben diversa: gli ospedali e l'assistenza sanitaria, la scuola e l'istruzione, la "cura del disagio", sono stati il frutto di questa dinamica innovazione (i carismi, che hanno fatto da

indicare il dono "speciale" ricevuto da fondatori o santi). In particolare, se il carisma è un dono di "occhi diversi", possiamo trovarli dappertutto, ben oltre la Chiesa o l'ambito delle religioni.

apripista, da innovatori in questi terreni di frontiera dell'umano) e universalizzazione (le istituzioni pubbliche e private)³.

Oggi possiamo trovare – se li sappiamo e vogliamo vedere – tante persone portatrici di carismi che fondano cooperative sociali, ONG, scuole, ospedali, banche, sindacati, lottano per i diritti negati degli altri/e, degli animali, dell'ambiente, dei carcerati, dei malati mentali, perché vedono “di più e di diverso” da tutti gli altri. Nella società attuale che da una parte mostra segni di grande individualismo e edonismo, si assiste anche ad una fioritura di questi nuovi carismi, per le mille battaglie di civiltà e di libertà, grazie a persone portatori di carismi, capaci per questo di vedere prima degli altri un bisogno insoddisfatto, lasciarsene attrarre, amarlo, e trasformare quel problema in bene comune.

Innovatori e imitatori, pionieri e generalizzatori: forse è questa una delle dinamiche più profonde della storia degli uomini.

Mercato come mutua assistenza e mutuo vantaggio

A partire dalla categoria di innovazione, possiamo dire qualche cosa di più se guardiamo l'idea di mercato che emerge dalla tradizione dell'Economia civile.

Innanzitutto, la visione dell'economia civile ci invita a guardare il mercato come una forma di reciprocità. Il mercato, infatti, dalla prospettiva di Genovesi o di Dragonetti, e oggi di autori come Sugden o Sen, è anche un meccanismo sociale che, quando funziona correttamente, può essere letto anche come una remunerazione delle virtù civili.

Possiamo interpretare il mercato, da una prospettiva inusuale oggi ma comune nel Settecento e in John Stuart Mill, come un sistema per remunerare quelle attività, socialmente virtuose ma scarse, a causa delle insufficienti motivazioni e ricompense intrinseche. In un ipotetico mondo senza mercati dove ciascuno svolge le attività che ama o sente come propria vocazione e che gli procurano ricompense intrinseche, avremmo un eccesso (rispetto alla domanda sociale) di attività intrinsecamente remunerative, e una insufficiente offerta di attività poco remunerative in sé (spazzini, manovali, minatori).

Il mercato offre remunerazioni “estrinseche” per attività che non svolgeremmo, almeno in quantità considerata sufficiente dalla società, se seguissimo solo la gioia inerente all'azione. Il mercato, attraverso il meccanismo dei prezzi, fa sì che le attività remunerate non siano quelle che facciamo solo perché *ci piacciono*, ma quelle che sono ritenute utili *dagli altri* con cui scambiamo (e che quindi ci remunerano per quelle attività).

Da questo punto di vista il mercato è anche un meccanismo di segnali che ci indicano la scarsità sociale, che ci dice cioè se le cose che ci piacciono interessano anche – e soprattutto – a qualcun altro; è per questa ragione che il mercato può anche essere inteso come *una* forma di reciprocità e di legame sociale. Esso consente, quindi, che attività utili al bene comune possano essere svolte in modo libero e con dignità (senza pianificazione collettivista o gerarchia sacrale). Anche per questa ragione non c'è necessaria opposizione tra mercato, virtù civile, libera cooperazione umana e bene comune, come ben sapeva la tradizione dell'Economia civile⁴.

³ Con questa distinzione idealtipica tra carisma e istituzione non voglio dire che nelle istituzioni non ci possano essere persone “carismatiche”: ma sono queste persone che riproducono, anche all'interno delle istituzioni, la stessa dinamica di innovazione-imitazione di cui abbiamo parlato. Inoltre, il carisma poi spesso si istituzionalizza, e l'istituzione carismatica resta tale quando e se aperta all'azione profetica di persone che al suo interno rendono vivo e incarnato nell'oggi della storia il carisma originale. Il principio carismatico ha molto in comune con il principio profetico della Chiesa e di Israele, e forse si identifica con esso (ma per dipanare questo rapporto occorrerebbe più lavoro, e altre competenze).

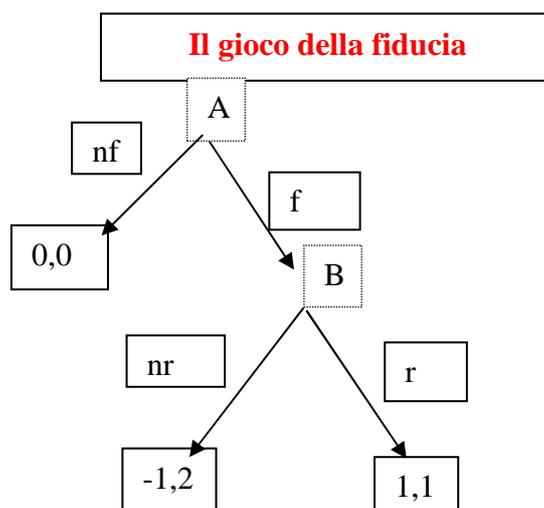
⁴ Chunque oggi voglia rivolgere critiche etiche al mercato non può evitare di fare i conti con questa funzione civilizzante e sociale del mercato, che se andasse persa in cerca di economia di “scambio di doni” perderemmo con essa secoli di civiltà che hanno fatto sì che il mercato potesse nascere e svilupparsi. Ogni critica seria e civile al mercato deve pertanto riconoscere almeno questa sua funzione morale, e orientare le proprie valutazioni critiche in modo da non contraddire questa dimensione delle interazioni di mercato – come certa filosofia comunitarista oggi fa. Tutto ciò era ed è ben chiaro alla tradizione civile dell'economia, dalla quale anche noi ripartiamo per immaginare delle relazioni di cura come espressione di fraternità, senza rinunciare al mercato.

Possiamo dire ancora qualche cosa in più. Prendiamo il noto “gioco della fiducia” come punto di partenza, poiché ci offre interessanti spunti per riflettere sullo specifico approccio dell’Economia civile.

Immaginiamo una persona (Anna) che trova su internet un antico francobollo, di proprietà di B (Bruno) che vive in un altro continente. Anna deve prima inviare il bonifico di pagamento, e solo in un secondo momento Bruno invierà il francobollo. Il contratto, di fatto, è senza enforcement legale (i costi di transazione sarebbero troppo alti), e l’unica possibilità per Anna di avere il francobollo è fidarsi di Bruno, facendo un pagamento nell’aspettativa di ricevere il francobollo via posta. Se Anna si fida e Bruno si comporta in modo corretto, entrambi faranno un affare, passando dallo status quo (dove non accade nulla: 0,0) ad una situazione di mutuo vantaggio (1,1). Se però Anna si mette nei panni di Bruno, vede che una volta che questi ha ricevuto il pagamento se non invia il francobollo ha un guadagno maggiore ($2 > 1$) se decide di comportarsi in modo opportunistico, facendo sì che Anna si ritrovi senza francobollo e senza denaro (-1). La teoria dei giochi standard in questo caso ci suggerisce che la scelta razionale di Anna sarebbe non iniziare l’affare, non fidarsi, chiudendo il gioco in 0,0 (poiché $0 > -1$). E’ infatti questa la situazione che spesso ritroviamo quando la diffidenza prevale sulla fiducia rischiosa, una diffidenza che blocca persone e popoli in trappole di povertà.

Come possiamo leggere questo gioco da una prospettiva civile? Semplicemente confrontando i due esiti (0,0) e (1,1): il mercato è un luogo di opportunità di mutuo vantaggio, dove le persone possono crescere insieme, e passare da una condizione peggiore ad una migliore. Perché ciò possa accadere, e il mercato e la società civile crescere, è richiesta solo una condizione: “vinci la tentazione di essere opportunistica in un futuro stadio del rapporto”. La fiducia rischiosa è condizione necessaria, ma il mercato non va letto come un soggetto che si sacrifica per premiare l’altro (B che rinuncia ad 1 per premiare A che ha rischiato), ma come un’opportunità per migliorare entrambi e insieme.

Quando invece prevale la diffidenza, o la preoccupazione sui futuri guadagni (“come divideremo domani la torta che generiamo assieme?”), spesso si finisce per non iniziare nessuna attività economica e civile, e si resta bloccati nel sottosviluppo. E’ la traiettoria che porta da (0,0) a (1,1) la traiettoria dello sviluppo e della vita. Il confronto (1,1) vs (-1,2) è invece quello che prevale in persone e popoli rivali e posizionali, dove non si vede la vita in comune come un insieme di opportunità da cogliere; dove il mondo non è percepito come produzione e innovazione, come future possibili torte da creare, ma come una realtà statica, dove esistono “furbi” e “fessi”, che debbono solo accaparrarsi fette di torte date che altri hanno creato, e che alla lunga si traduce soltanto in stoltezza individuale e collettiva, tutti bloccati nello *status quo* (0,0).



Ma possiamo dire ancora altro sul mercato, le OMI e gli imprenditori civili.

E lo facciamo a partire non da un economista “civile” del passato, ma da uno degli economisti classici dell’economia mainstream, David Ricardo. Il grande economista inglese, nel 1817 formulò una delle prima vere teorie economiche (poiché contro-intuitive), che è ancora oggi rilevante.

Nella teoria a lui precedente (quella mercantilista in particolare), il commercio e lo scambio avveniva quando esistevano dei vantaggi “assoluti”. Se l’Inghilterra e il Portogallo hanno la seguente struttura di costo, allora conviene la specializzazione e lo scambio internazionale:

Vantaggi assoluti:	
Inghilterra	Portogallo
Seta: 5	seta: 8
Vino: 6	vino: 5

Ricardo dimostrò che anche nel caso di esistenza di soli vantaggi “relativi”, lo scambio conviene ad entrambi:

Vantaggi relativi:	
Inghilterra	Portogallo
Seta: 5	seta 8
Vino: 6	vino 7

Ricardo ci mostrò che anche in un mondo in cui l’Inghilterra è più efficiente del Portogallo in entrambi i settori, può convenire all’Inghilterra specializzarsi nel settore *dove è relativamente più forte*, e – qui sta il punto – anche in questo caso lo scambio con il “più debole” **avvantaggia anche il “più forte”**. L’esempio classico è quello dell’avvocato che sebbene sia più veloce a scrivere al computer di una segretaria, egli ha vantaggio ad assumere una segreteria e concentrarsi sulle pratiche legali (è il concetto noto oggi come “costo opportunità”). Ma come l’Inghilterra, questo avvocato nell’assumere una segretaria meno brava di lui non sta facendo “assistenza” o beneficenza, ma sta traendo anche lui (non solo la segretaria) vantaggio da questo scambio. Quando il mercato fa questo, include chi è più debole e lo fa diventare una opportunità e un affare, allora fa il suo mestiere di civilizzazione.

Perché questa teoria è molto importante per le OMI? Pensiamo alla grande innovazione che ha rappresentato la nascita dell’impresa sociale in Italia: i soggetti svantaggiati inclusi dentro l’impresa, possono diventare (anche grazie ad una partecipazione pubblica efficiente) un mutuo vantaggio, anche per l’impresa che assume, e non un “costo” o un atto di beneficenza.

Sono questi i casi in cui chi è “aiutato” si sente in un rapporto di aiuto reciproco, che esprime maggiore dignità. Non si sente assistito ma all’interno di un contratto di mutuo vantaggio, e quindi più libertà e uguaglianza. Anche un soggetto Down⁵ può realizzare un contratto di mutuo vantaggio con una impresa, occorre però capacità innovativa e creatività vera nell’imprenditore civile, perché il mutuo vantaggio è sempre una possibilità (non una certezza), che richiede molto lavoro e creatività, ma quando ciò accade il mercato si trasforma in vero strumento inclusivo e di autentica crescita umana e civile. Infatti, il sacrificio del benefattore non è sempre un buon segnale per chi riceve l’aiuto, può esprimere un rapporto di potere, magari nascosto dalla buona fede.

Un imprenditore civile non dovrebbe darsi pace finché le persone incluse nella sua OMI non si sentono utili all’impresa, e non assistiti da un filantropo. Pensiamo al Microcredito: rendere bancabili gli esclusi è stata una delle principali innovazioni economiche di questo tempo, che ha liberato persone (donne in particolare) dalla miseria e dall’esclusione in modo più efficace di tanti

⁵ Occorre ricordare che ogni persona ha il suo “daimon” da tirar fuori per raggiungere la sua eccellenza, e anche un ragazzo down ha la sua via all’eccellenza, ha il suo daimon da scoprire e far fiorire.

interventi di aiuti internazionali. Se un intervento non aiuta *tutte* le parti coinvolte, raramente può essere di autentico aiuto per *qualcuno*: se non mi sento beneficiato meno beneficio un altro, raramente l'altro si sentirà veramente beneficiato da me, soprattutto quando il rapporto dura nel tempo. La legge della vita è la reciprocità, che fa sì che i rapporti non si ammalino e crescano nella mutua dignità. Oppure al commercio equo: mutuo vantaggio, più dignità e rispetto⁶.

Il mercato sta oggi occupando zone crescenti della nostra vita, entrando anche negli ambiti più intimi delle nostre relazioni interpersonali. Possiamo cercare di difenderci, e vivere questo passaggio come un male necessario. Possiamo, invece, cercare di far diventare baby-sitter, badanti, infermiere, maestre, come dei preziosi alleati in un nuovo patto sociale dove interpretiamo e viviamo anche il mercato come un pezzo di vita, come economia civile, dove la reciprocità del mercato può essere sussidiaria a quella dell'amicizia e persino dell'agape, dove si può, e si deve pagare, un infermiere o una baby sitter e al tempo stesso vivere con loro un rapporto autenticamente e pienamente umano e morale, di amicizia *e* di mutuo vantaggio.

Bibliografia:

Bruni L. e A. Smerilli (2008), *Benedetta Economia*, Cittanuova, Roma.
Id., (2010), *La leggerezza del ferro*, Vita e Pensiero, Milano (in stampa).

⁶ Crediamo che il mondo degli anziani sia oggi una nuova frontiera dove cogliere queste occasioni di mutuo vantaggio.