

TORNACONTO PERSONALE O "CULTURA DEL DARE"?¹

Benedetto Gui, Università di Padova

Il progetto presentato propone una prassi economica orientata alla solidarietà, con specifiche modalità: destinazione degli utili ad alleviare la povertà e a promuovere la crescita umana, attenzione alla persona nei vari ruoli che può trovarsi a ricoprire, grande importanza attribuita alla qualità dei rapporti tra tutti gli attori. Nel presente intervento vorrei porre tale progetto a confronto con la cultura economica dominante e chiedermi quale possa essere il suo apporto al nostro modo di pensare la realtà economica e, di conseguenza, di comportarci, di agire in quest'ambito della vita sociale.

1. Economia e self-interest

1.1. Perché l'idea che ognuno badi solo a sé è così diffusa?

Come è noto, l'idea che nel mondo dell'economia l'uomo sia mosso dalla ricerca del tornaconto personale (in inglese *self-interest*) è assai diffusa tra gli studiosi, gli operatori economici, i giornalisti, gli uomini politici e, in genere, tra la gente comune. Cominciamo dai primi.

Negli scritti degli economisti del passato, ad esempio Jevons o Pantaleoni, non è difficile trovare affermazioni drastiche a riguardo del fatto che la scienza economica abbia come suo oggetto le azioni guidate dal principio del *self-interest*². Anche autori contemporanei, come il premio Nobel George Stigler o Dennis Mueller, non hanno esitato a descrivere la vita economica esclusivamente in base al *self-interest*, convinti di non trascurare aspetti rilevanti³.

Negli ultimi anni, tuttavia, gli studiosi di teoria economica hanno dimostrato un crescente interesse verso temi quali l'altruismo⁴; le contribuzioni volontarie ad attività di pubblica utilità svolte da imprese senza fine di lucro e le questioni economiche relative a queste ultime⁵, l'adozione di strategie collaborative piuttosto che opportunistiche in alcuni tipi di interazione economica⁶. L'approccio oggi prevalente nella teoria delle decisioni e nella teoria dei giochi è compatibile con motivazioni non egoistiche. In realtà, questa nuova sensibilità non è ancora stata accolta dalla mentalità corrente e il *self-interest* è tuttora considerato l'unico movente degli operatori economici, se non addirittura quello desiderabile.

Una prima ragione, di carattere metodologico, che ha attratto buona parte degli studiosi all'ipotesi che gli agenti economici siano guidati dal *self-interest* – e più precisamente da un self-interest che potremmo definire "individualistico", ossia tale che gli altri non entrino in alcun modo negli

¹ Ringrazio Luca Clerici per i preziosi suggerimenti fornitimi nella revisione del testo.

² Jevons (1952, p. 47) definisce la scienza economica "meccanica dell'utilità e dell'interesse particolare". Scrive invece Pantaleoni: "La scienza economica consiste nelle leggi della ricchezza sistematicamente dedotte dall'ipotesi che gli uomini siano mossi ad agire esclusivamente dal desiderio di conseguire la maggiore soddisfazione possibile mediante il minor possibile sacrificio individuale (Pantaleoni, 1931, p. 7).

³ "Viviamo in un mondo di persone ragionevolmente ben informate, che agiscono intelligentemente perseguendo il proprio *self-interest*" (Stigler, 1981, p. 17). Scrive Mueller: "L'unica assunzione essenziale per una scienza descrittiva e predittiva del comportamento umano è l'egoismo" (Mueller, 1986, p. 18).

⁴ Recentemente, in un archivio bibliografico ho potuto contare 449 scritti schedati sotto questa voce; una buona sintesi del dibattito si può trovare in una raccolta di saggi curata da Zamagni (1995).

⁵ Negli Stati Uniti le organizzazioni senza scopo di lucro occupano l'8% dei lavoratori e le donazioni che esse ricevono superano l'1% del prodotto interno lordo (si vedano i dati comparativi e la rassegna del dibattito riportati da Barbetta, 1996). Sul ruolo delle organizzazioni senza fine di lucro si vedano anche i contributi raccolti in Gui (1997a).

⁶ Si veda ad esempio Axelrod (1985).

obiettivi dell'agente economico - è la sua semplicità: se in un sistema di mercato gli agenti perseguono obiettivi come mangiarsi un gelato da soli in poltrona, allora è facile dimostrare che in condizioni ideali il meccanismo di mercato assicura l'efficienza allocativa; in altre parole, l'assegnazione delle risorse ai vari usi e dei prodotti ai vari consumatori è priva di incoerenze e non è passibile di modifiche che siano unanimemente ritenute migliorative. Se invece gli obiettivi non sono di natura individualistica ma sono definiti in relazione ad altre persone (ad esempio perché se ne desidera la compagnia oppure perché si confrontano i propri consumi con i loro) l'analisi diventa molto più complessa e, in genere, il risultato di efficienza viene meno. Se poi addirittura si abbandona un altro pilastro dell'approccio individualistico e si ammette che nell'interazione con gli altri si modificano i valori, le preferenze, gli obiettivi degli agenti, allora occorre affrontare ulteriori complicazioni. In particolare, volendo porre a confronto due diversi modi di organizzazione economica della società (ad esempio mercato e pianificazione; oppure un sistema di mercato basato su grandi imprese e uno basato su piccoli produttori indipendenti), non si può dire che uno soddisfi le preferenze dei cittadini più dell'altro, poiché ciascuno di tali modi di organizzazione determina un diverso sistema di preferenze⁷.

In parte convergente, ma in realtà abbastanza diverso, è un atteggiamento nei confronti del *self-interest* che si riscontra in buona parte del mondo degli affari, di chi ha investito forti somme nel capitale delle imprese o comunque è interessato ad un futuro di forte domanda e di elevata produzione⁸. La ricerca del proprio interesse appare infatti come un movente capace di spingere la gente ad impegnarsi duramente in veste di lavoratori e a consumare molto in veste di consumatori, due attività necessarie a far girare ad alto regime la macchina dell'attuale sistema economico. Tuttavia, a questo fine non ha molta rilevanza la distinzione se gli agenti siano spinti da un *self-interest* di tipo individualistico (del genere "mi mangio un gelato da solo"), oppure di tipo "invidioso" (del genere "ti faccio vedere che guadagno e consumo più di te"): tutte due "fanno brodo". Se servisse a sostenere il livello della domanda lungo tutto il corso dell'anno, in quest'ottica si loderebbe anche la generosità verso gli altri, come fanno le campagne pubblicitarie natalizie per accaparrarsi una fetta del ricco mercato dei regali). L'unica cosa inammissibile in quest'ottica è che la gente si dedichi al perseguimento di obiettivi che non richiedono di comprare alcunché (ad esempio obiettivi di elevazione spirituale, da perseguire attraverso il silenzio e la meditazione; ovvero di armonia con la natura, ricercata attraverso passeggiate ecologiche vicino a casa). A questa posizione si uniforma anche chi, pur non avendo interessi diretti nelle imprese, si preoccupa che il meccanismo dell'economia continui a funzionare, perché il suo inceppamento creerebbe disoccupazione e povertà. Se non proprio favorevole, l'atteggiamento di costoro (politici, sindacalisti, gente comune) verso il prevalere del *self-interest* potrebbe essere definito "rassegnato". Un terzo atteggiamento accondiscendente verso l'idea che ciascuno persegua il proprio interesse è quello di chi vede la vita economica come luogo di competizione in grado di selezionare "darwinianamente" i più capaci, scaltri o dotati, che riusciranno vincitori. Si tratta di una prospettiva che ha destato crescente interesse tra gli economisti a partire da un saggio di Alchian del 1950. Tuttavia, i risultati che ne discendono sono più complessi e variegati di quanto a prima vista si crederebbe: alcuni osservano, ad esempio, che in vari contesti comportamenti collaborativi possono garantire migliori possibilità di sopravvivenza rispetto a strategie non collaborative troppo preoccupate del massimo vantaggio individuale⁹.

⁷ Per un recente contributo sul tema delle conseguenze che ha per la teoria economica la malleabilità delle preferenze individuali si veda Bowles (1998, pp. 75-111).

⁸ Si noti che tra questi ultimi ritroviamo anche molti dirigenti o semplici lavoratori.

⁹ Precursore di questo filone di studi è stato il biologo Robert Trivers (1971, pp. 35-56). Una panoramica in lingua italiana delle teorie economiche evolutive si può trovare in Benedetti, Mistri e Solari (1997).

1.2. Uno strano accordo nonostante le contraddizioni

Come si può intuire, tra le posizioni fin qui descritte vi è una convergenza solo apparente, mentre in realtà esse sono notevolmente diverse, se non addirittura contraddittorie. Ad esempio, un particolare tipo di *self-interest* “non individualistico” (ossia tale che i soggetti considerino anche ciò che fanno o pensano gli altri e non solo i propri consumi) è il *self-interest* “posizionale”: il soggetto valuta la propria posizione all’interno della gerarchia dei consumi nei gruppi di riferimento (parenti, vicini di casa, colleghi di lavoro) e modifica di conseguenza i propri acquisti, al fine di non perdere terreno rispetto agli altri o addirittura di superarli. I comportamenti di consumo indotti da tale tipo di motivazione sono incompatibili con l’efficienza, così come sopra definita: essi infatti determinano una distorsione delle scelte verso destinazioni più visibili (l’automobile, il vestiario) a scapito di altre meno visibili, ma che gli stessi soggetti considererebbero prioritarie in assenza di influenze esterne (ad esempio: più tempo dedicato ai figli, la lettura di un libro, oppure, soprattutto nei paesi più poveri, la cura della salute e una migliore alimentazione). In altre parole, se si riuscisse a concordare una “tregua” tra i consumatori che arrestasse la competizione posizionale - facendo sì che ad esempio un’automobile vecchia ma ancora efficiente non risultasse sempre più svalutata dal confronto con i vistosi fuoristrada appena acquistati dai vicini - si potrebbero spostare preziose risorse dalla destinazione “automobile ultimo modello” (che magari richiede ore ed ore di straordinario) verso i fini indebitamente sacrificati. Il risultato finale risulterebbe vantaggioso per tutti i consumatori.

Sorprende che gli studiosi di teoria economica, peraltro estremamente attenti ad altre possibili inefficienze, si preoccupino ben poco di quella appena descritta. Personalmente, non ho mai sentito premi Nobel o altri famosi economisti, spesso intervistati a proposito dei mali del sistema economico attuale, tuonare contro la comunicazione pubblicitaria perché fa leva proprio sull’emulazione tra consumatori per incoraggiare determinati tipi di acquisti¹⁰.

Resta quindi il fatto che argomenti di diversa ispirazione continuano, seppur confusamente, a rafforzare presso l’opinione pubblica l’idea che sia normale, inevitabile e ovvio, se non addirittura necessario o desiderabile, che nelle scelte di consumo e di uso del tempo ognuno badi al proprio interesse.

1.3. *Self-interest* o ricerca di senso?

Non è il caso di ammettere, piuttosto, che negli attori economici reali la ricerca del proprio tornaconto si intreccia con numerose altre variegate finalità, formando un groviglio difficilmente districabile.

Ad esempio, l’atto di acquistare e leggere un libro per comprendere i problemi degli *indios* del Sudamerica, una questione che non ha effetti concreti sulla vita di un cittadino occidentale, difficilmente può essere ricondotto in modo meccanico alla sfera del *self-interest*. In verità, non si può escludere che così uno possa fare sfoggio di conoscenza e magari anche di sensibilità sociale, ma l’applicazione indiscriminata di tale ottica interpretativa dei moventi personali appare quantomeno riduttiva.

Analogamente, ci si può domandare se l’organizzazione di una festa, magari costosa, per amici e conoscenti sia riconducibile al *self-interest*. L’organizzatore potrebbe infatti mirare ad essere a propria volta invitato ad altre feste, oppure a poter chiedere un favore quando necessario. Anche in questo caso, tuttavia, ci si trova di fronte a una spiegazione parziale per un fenomeno non certo secondario (tant’è vero che l’immagine dei padroni di casa che offrono la giusta marca di liquore o di cioccolatini è un luogo comune dei messaggi pubblicitari).

¹⁰ Tra le eccezioni si veda Hirsch (1981).

E avere un figlio? Se per *self-interest* si intende un vantaggio economico, nell'Italia di oggi mi sentirei di escluderlo: assegni familiari e le detrazioni fiscali per figli a carico sono di ammontare estremamente modesto, mentre i contributi previdenziali che saranno pagati dai figli una volta diventati adulti saranno utilizzati per pagare la pensione anche a chi figli non ha voluto averne. In realtà, nel rapporto tra genitori e figli, non è tanto questione di calcoli economici quanto di soddisfazioni che trascendono l'ordine materiale, come la tenerezza di occuparsi di un piccolo indifeso o il fatto di sentirsi importanti per qualcuno, ed è dubbio che il concetto del *self-interest* sia il più adatto a coglierle.

E fare i dirigenti di una delle innumerevoli associazioni sportive, dedicandovi tempo e magari anche denaro? Certo, anche qui non mancano soddisfazioni personali, ma per comprendere adeguatamente un fenomeno come questo occorrono ulteriori elementi interpretativi.

Questi pochi esempi sono tratti da situazioni molto comuni. Non sarebbe stato difficile indicarne altre più vistosamente in contrasto con il principio del *self-interest*: donazioni anonime a scopo di beneficenza, assistenza volontaria ai malati, adozione di bambini affetti da gravi menomazioni, l'impegno in associazioni a favore di emarginati. Si tratta, peraltro, di casi abbastanza frequenti. Mi sembra che si possa senz'altro concludere che, anziché dover essere semplicisticamente interpretate in base a una riduttiva e sfuggente nozione di *self-interest*, le nostre scelte personali sono mosse da un insieme più vasto, anche se non di rado contraddittorio, di orizzonti di senso: ciò che va al di là del *self-interest* non costituisce una trascurabile eccezione, ma comporta conseguenze di rilievo anche per la vita economica.

2. Una visione alternativa

2.1. La "cultura del dare" alla base dell'Economia di Comunione

Fin qui si è parlato di riducibilità o meno al *self-interest* delle scelte che riguardano la vita privata. Il progetto "Economia di Comunione" è però più ambizioso, perché propone di adottare una "cultura del dare" anche nella conduzione delle imprese.

Di fronte a questo proposito possono sorgere nuovi motivi di perplessità. Molti sono infatti disposti ad accettare l'idea che, nella destinazione del proprio reddito e tempo libero, ciascuno sia libero di perseguire i fini che preferisce, sempre che questo che non nuoccia al prossimo. Quando però si tratta di quelle organizzazioni - le imprese - su cui la società fa affidamento per una fornitura su larga scala di prodotti che sia al tempo stesso efficiente e flessibile, si può temere che l'introduzione di logiche diverse dal proprio tornaconto possa avere effetti destabilizzanti.

Giusta preoccupazione! Non si comprende, però, per quale motivo venga invece tollerato che nella conduzione delle imprese proprietari e dirigenti si lascino guidare da una ambizione personale in certi casi smodata, o da desideri di rivalsa nei confronti di imprese concorrenti o gruppi finanziari antagonisti, moventi cui sono in realtà imputabili grandi guasti e ingenti distruzioni di ricchezza.

Mi sia concessa, a questo punto del discorso, una breve digressione. Non saprei spiegare adeguatamente perché mai abbiamo ereditato dal passato questo strano rovesciamento dell'onere della prova, per il quale non è chi agisce in base al proprio tornaconto a doversi giustificare, bensì chi si propone di agire in vista del bene comune. Può darsi che si tratti un retaggio dell'anzidetta visione darwiniana circa il ruolo del *self-interest* nella vita economica. Può anche darsi che si tratti di un giudizio dovuto a precedenti negativi, come l'uso dei "buoni sentimenti" come facciata dietro cui nascondere finalità più prosaiche, o come la riduzione dei destinatari dell'aiuto ad assistiti, talvolta incoraggiati in questa trasformazione dal paternalismo dei "benefattori". Così facendo, tuttavia, viene preclusa la possibilità di mobilitare una riserva di motivazioni e di capacità che può offrire alla società un contributo insostituibile. Ad ogni modo, quanto detto suggerisce che iniziative che, come il progetto "Economia di Comunione", cercano di coniugare all'interno di

un'organizzazione produttiva il principio di efficienza e quello di solidarietà, devono superare la prova dei fatti quanto a capacità di garantire un'adeguata *performance* economica.

Ad ogni modo, occorre sottolineare che la proposta dell' "Economia di Comunione" non intende sostituire il mercato con altri ignoti meccanismi di coordinamento, né fare o a meno delle garanzie e dei controlli stabiliti sia dalla prassi che dal diritto societario a protezione dei diversi soggetti coinvolti nell'attività di un'impresa. Infatti, anche se da un lato queste imprese si orientano al perseguimento di obiettivi più ampi rispetto a quello del profitto, dall'altro non va sacrificata la logica dell'economicità e i decisori devono restare pienamente responsabili delle decisioni assunte.

Il progetto dell' "Economia di Comunione" non mira in prima istanza a modificare le strutture economiche, ma piuttosto a pervaderle di una visione "comunione". Si tratta dell'estensione alla vita economica di una proposta di realizzazione personale che si fonda sulla capacità di apertura nei confronti degli altri, su una disponibilità che non pretende una corrispondenza immediata, ma punta pazientemente all'instaurazione di rapporti autentici: di reciproco riconoscimento, di sostanziale parità tra (ricchi e poveri, datori di lavoro e dipendenti), in vista di una vera concordia.

2.2. Una cultura all'altezza delle sfide da fronteggiare

Nella la strada verso la felicità, tema ambizioso ma ineludibile sollevato da Luigino Bruni, la visione implicita nel progetto rappresenta una proposta che la mia personale esperienza mi fa ritenere molto valida promettente. Non si tratta tuttavia di una semplice questione privata, personale. L'umanità ha di fronte a sé grandi sfide collettive che richiedono atteggiamenti e comportamenti di grande apertura.

La sfida ecologica, ad esempio, potrà essere vinta solo condividendo con intelligenza e in concordia le limitate risorse del pianeta. Le difficoltà dimostrate dai governi ad impegnarsi nella riduzione delle emissioni dannose, nuovamente evidenziate dal recente congresso di Kyoto, derivano in buona parte dal fatto che essi devono tener conto delle reazioni di un'opinione pubblica ancora troppo poco sensibile agli obiettivi relativi al bene comune e troppo concentrata su quelli della crescita materiale.

Una seconda sfida epocale è quella imposta dall'incremento delle disuguaglianze, sia all'interno di ciascuna nazione, sia tra nazioni e continenti diversi. In questo, l'intervento pubblico ha una funzione indubbiamente rilevante, ma l'emarginazione dei più svantaggiati può essere contrastata efficacemente solo grazie a una diffusa sensibilità e alla partecipazione volontaria di un gran numero di attori che, individualmente o associandosi, collaborino tra loro e con le strutture pubbliche.

Una terza sfida, meno evidente ma altrettanto importante, riguarda una particolare categoria di beni pubblici che la società deve riuscire a produrre e conservare nel tempo in quantità adeguate: reti di relazioni caratterizzate da conoscenza reciproca, attenzione, fiducia, comprensione, comunicazione positiva. Beni intangibili eppure preziosi, sia per i loro effetti diretti sulla qualità della vita, sia per il loro valore strumentale, ossia la loro capacità di favorire il raggiungimento di ulteriori obiettivi, anche economici. La creazione e il mantenimento di questi beni dipende da molti fattori, alcuni dei quali sono strettamente correlati con il funzionamento del sistema economico. Quest'ultimo tuttavia, non sapendo come misurarli e contabilizzarli, rischia sistematicamente di trascurarli.

Ad esempio, un'eccessiva mobilità tra posti di lavoro geograficamente lontani può consentire alle imprese di ottenere migliori risultati di bilancio, ma ostacola la formazione e il mantenimento di rapporti interpersonali stabili, generando isolamento sociale e senso di estraneità. Queste conseguenze negative possono superare l'importanza dei risultati economici raggiunti, come mostra l'esperienza di paesi ad alta mobilità come gli Stati Uniti. Analogamente, un'eccessivo impegno di tempo ed energie nell'ambito lavorativo nuoce al mantenimento di significativi legami familiari e

amicali¹¹. Anche nel caso di tali beni, la cui natura spesso sfugge alle nostre definizioni e la cui esistenza è caratterizzata da un'estrema fragilità, un atteggiamento di sincera apertura e genuina attenzione è insostituibile, dato che esso costituisce una necessaria premessa l'instaurazione di rapporti interpersonali significativi.

La storia economica recente ha fornito numerose conferme del fatto che il successo di un sistema economico dipende dalla valorizzazione di tutte le capacità delle persone che vi operano: non soltanto l'impegno e la diligenza nell'esecuzione gli ordini, ma anche e soprattutto quelle più difficilmente sostituibili dal lavoro di una macchina, come l'autonomia, l'intuizione, la creatività. Pur essendo meno largamente riconosciuto, ciò vale anche per la capacità di comprendere l'altro, di collaborare generosamente, di sapersi distaccare dalle proprie idee, di saper creare e mantenere un clima umano favorevole al dialogo e alla valorizzazione dell'apporto di ciascuno. Le imprese aderenti al progetto "Economia di Comunione" ne vogliono essere una testimonianza. Come pure del fatto che una forte spinta al coordinamento dell'impegno di numerosi attori, sia interni che esterni all'impresa, può discendere proprio dall'obiettivo di servire non tanto gli interessi di una ristretta cerchia di azionisti o dirigenti, ma quelli dell'intera umanità, a cominciare dai più svantaggiati.

Bibliografia

- Alchian A., 1950, *Uncertainty, Evolution, and Economic Theory*, "Journal of Political Economy", vol. 58, pp. 211-222.
- Axelrod R., 1985, *Giochi di reciprocità: l'emergenza della cooperazione*, Milano, Feltrinelli.
- Barbetta P. (a cura di), 1996, *Senza scopo di lucro*, Bologna, il Mulino.
- Benedetti E., Mistri M. e Solari S. (a cura di), 1997, *Teorie evolutive e trasformazioni economiche*, Padova, CEDAM.
- Bowles S., 1998, *Endogenous Preferences, The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions*, "Journal of Economic Literature", vol. 36.
- Gui B. (a cura di), 1997a, *Tra economicità e valori: Il Terzo Settore*, Padova, Gregoriana Editrice.
- Gui B., 1997b, *Economia e fioritura umana*, in S. Zamagni (a cura di), *Economia, democrazia, istituzioni in una società in trasformazione*, Bologna, il Mulino, pp. 53-80.
- Hirsch F., 1981, *I limiti sociali allo sviluppo*, Milano, Bompiani.
- Jevons S., 1952, *Teoria dell'economia politica*, Torino, SEI.
- Mueller D., 1986, *Rational Egoism versus Adaptive Egoism as Fundamental Postulate for a Descriptive Theory of Human Behavior*, "Public Choice", vol. 51, aut..
- Pantaleoni M., 1931, *Principi di economia pura*, Milano.
- Stigler G., 1981, *Economics or Ethics?*, in S. McMurrin (a cura di), *Tanner Lectures on Human Values*, vol. II, Cambridge: University Press.
- Trivers R., 1971, *The evolution of reciprocal altruism*, "Quarterly Review of Biology".
- Zamagni S., 1995, *The Economics of Altruism*, Aldershot, Edward Elgar.

Saggio estratto da:

Fornaciari Davoli Maria Livia (a cura di), *Etica ed Economia*, Mucchi, Modena, 1999, pp. 59-72.

¹¹ Su questo si rinvia a Gui (1997b).