

INTERVISTE

Progettare la felicità

a cura di **Antonio Maria Baggio**

L'Economia di Comunione è un progetto a più dimensioni, che non prevede solo comportamenti pratici, ma sviluppa anche un nuovo pensiero economico. Ne parliamo col prof. Luigino Bruni, docente di "Storia del pensiero economico" alla Bocconi di Milano.

L'Economia di Comunione (EdC) si presenta come una novità; ma non le sembra che, nella storia, abbiamo già avuto molti casi di uso solidale degli strumenti economici?

«Certamente. Chiunque conosca la storia delle esperienze economiche cosiddette "alternative", vede subito che l'EdC si pone in continuità con importanti esperienze di "solidarietà" in economia, dalle *reducciones* dei gesuiti in Sud America, ai Monti di Pietà nelle città europee del tardo Medioevo, ad alcune esperienze economiche nate nel seno di chiese della riforma (Quaccheri); e soprattutto con il grande movimento cooperativo, ancora oggi un fenomeno importante in molti paesi, dove la categoria fondante della "mutualità" (reciprocità) ricorda molto da vicino (pur non identificandosi con essa) la "comunione".

«Non possiamo poi non accostare all'Economia di Comunione l'importante movimento del cosiddetto "nonprofit" o "terzo settore": attività produttive che nascono non dal-

la ricerca del profitto ma da motivazioni etiche o ideali. Solo in Europa dà lavoro a milioni di persone (tra il 3 e il 7 per cento dell'occupazione): un fenomeno in continua crescita.

Dove si trova allora lo specifico dell'EdC?

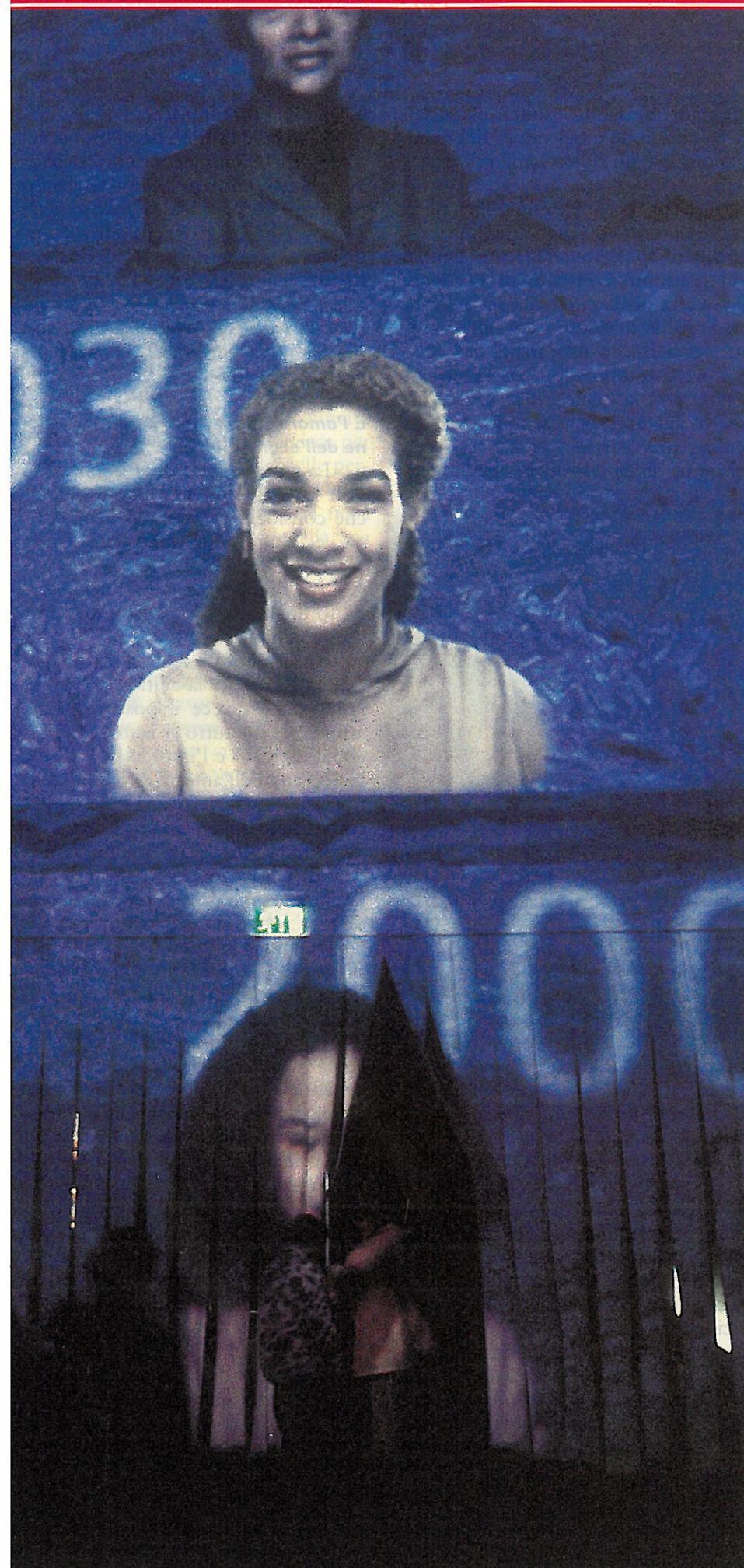
«Anzitutto esprime una *diversa idea di mercato e d'impresa* più vicina a quella presente in certi economisti classici del XVIII secolo che non alla visione che prevale oggi. Da molti di quei primi economisti il mercato era visto come un luogo dove esercitare l'"assistenza reciproca"; è un ambito dove esprimere, al pari di altri, la natura socievole, compagnevole, dell'essere umano. Il mercato visto dunque come un

momento qualificante della vita civile, della vita in comune, costruttore, non distruttore, di rapporti di reciprocità positivi.

«Infatti la visione di mercato e di impresa che emerge dalla cultura di comunione è sostanzialmente positiva, anche se non è cieca davanti ai



Il prof. Luigino Bruni



Come guardare al futuro con fiducia?
L'Economia di Comunione
è una risposta a questa domanda.
Essa invita ad attivare
tutte le dimensioni della vita:
quella di relazione, quella affettiva,
e anche quella religiosa.
Per una crescita economica
che si fonda sulla cultura del dare.

danni che può provocare: basti pensare al fatto che l'intuizione originante il progetto nasce proprio dal constatare il fallimento del mercato nel risolvere la estrema povertà. Chiara Lubich, lanciando l'EdC, non ha però proposto la nascita di Ong o enti di beneficenza, cose tutte splendide e di grande importanza; ma ha proposto la nascita di imprese, ha pensato l'EdC per le aziende, e nel corso degli anni ha più volte ribadito come "impresa" fosse la parola-chiave.

«Questo significa che l'EdC richiama il mercato alla sua vocazione originaria, che è quella di incontro tra persone libere che, pur senza coinvolgere dimensioni più profonde delle relazioni umane (come l'amicizia o la parentela) possono incontrarsi in modo positivo e pacifico».

Nessuna critica al mercato, dunque?

«Dall'EdC non potrà mai venire una condanna radicale nei confronti dell'impresa e del mercato, ma un monito affinché anche questi possano essere luoghi dove si crea vero benessere e avviene un incontro autentico tra persone (economia e comunione). L'EdC si allontana quindi dalla visione di un mercato come il regno dell'efficienza, che non ha bisogno né necessità di redistribuzione e di dono.

«Al contrario, il mondo del dono e della redistribuzione della ricchezza (tradizionalmente lo stato o le organizzazioni non-profit) guarda con diffidenza il mercato e l'efficienza, perché visti come pericolosi elementi

Giuseppe Distefano

che possono ridurre, inquinare o "contaminare" la purezza dei valori. Da qui una separazione tra questi due mondi: il mercato con le sue leggi, e la solidarietà o il dono con le sue, ma che non si incontrano».

Non c'è modo di riavvicinare queste due opposte prospettive?

«Molte esperienze di economia "sociale" o "civile" lo hanno tentato. Ma nell'EdC questa dimensione – senza nessuna pianificazione originaria – è al cuore stesso del progetto, e per questo l'EdC può diventare, e per alcuni studiosi già lo è, la punta avanzata dell'intero movimento di "economia sociale": l'EdC propone un'attività economica in cui anche imprese pienamente inserite nel mercato danno spazio *al loro interno* anche al dono e alla redistribuzione, come ingredienti co-essenziali alla vita dell'impresa, al pari dello scambio».

Ma è sufficiente condividere gli utili per essere un'azienda dell'EdC?

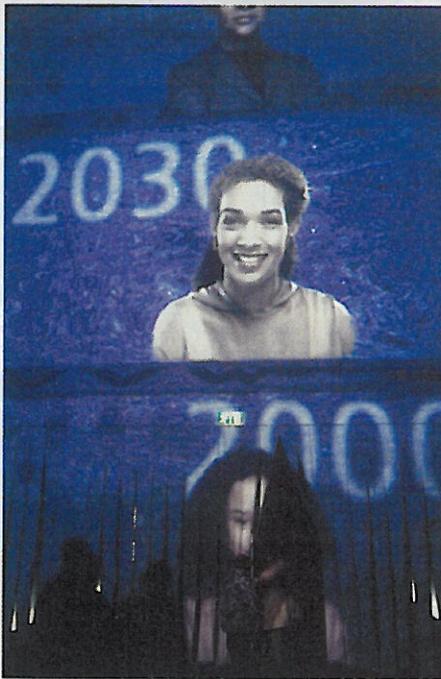
«È importante ma non basta. In queste aziende la comunione penetra proprio nel vivo della vita aziendale: *la comunione è molto più esigente della sola comunione degli utili*. Questo non solo perché sappiamo che il donare gli utili è solo un aspetto della *ricchezza* che un'azienda (sana) produce: si pensi alla creazione di posti di lavoro, o ai prodotti di qualità che mette a disposizione delle persone. Noi continueremo a vivere l'Economia di Comunione anche in un ipotetico mondo completamente permeato dalla cultura del dare e senza più poveri».

L'EdC ha stimolato anche una riflessione economica di carattere teorico. Si può parlare di una nuova dottrina economica?

«Cominciano ad emergere alcune intuizioni teoriche, che affondano le loro radici direttamente nel cuore della spiritualità dell'unità. Alcuni di noi, ad esempio, stanno approfondendo il tema dei "beni relazionali". Sono quei beni che nascono da rapporti, da "incontri", nei quali l'identità e le motivazioni delle persone

che interagiscono sono essenziali nella creazione e nel valore del bene; l'amicizia è un tipico bene relazionale.

«Questi beni entrano spesso in conflitto con un altro tipo di beni, chiamati "posizionali": sono beni il cui consumo consente di occupare una certa posizione nella scala sociale. L'utilità di questi beni non è tanto legata al loro uso, ma al fatto che il loro consumo rappresenta un'etichetta con la quale mi posiziono rispetto agli altri; per esempio, non acquisto una Ferrari per soddisfare il bisogno di spostarmi, ma per lo sta-



tus che mi conferisce».

E che cosa ha da dire, al riguardo, la dottrina dell'EdC?

«Noi sottolineiamo che la felicità, che tutti cerchiamo al di là dei beni e attraverso i beni che consumiamo, dipende fortemente dalla qualità dei rapporti interpersonali, dai "beni relazionali". L'economia moderna invece si regge sulla competizione posizionale, mentre distrugge continuamente i beni relazionali: pensiamo alla solitudine crescente in cui viene vissuto il consumo nelle nostre città; con il conseguente paradosso che la ricchezza, invece di aumentare

la felicità, la diminuisce.

«Sulla felicità si è costituita buona parte della scienza economica classica per poi abbandonarla. Noi vogliamo rilanciare l'idea della *la felicità pubblica*, dove l'aggettivo *pubblica* è importante perché mette in luce la natura sociale della felicità, che ne fa una categoria a sé, diversa dalla ricchezza: *posso essere ricco anche da solo, ma non posso essere felice se non con e grazie agli altri*».

E l'amore, ha un ruolo in questa visione dell'economia?

«La maggioranza degli economisti non gliene riconosce nessuno, poiché considera l'amore un bene scarso, e quindi che dev'essere "non sprecato" nel mercato (a cui non serve), ma risparmiato invece per essere usato in ambiti più importanti, come la vita familiare e affettiva.

«Nella pratica e nella dottrina dell'EdC, l'amore, "la cultura dell'amore" occupa invece il posto cardine, attorno a cui tutto il resto gira, anche il mercato e l'impresa! Nell'EdC la "cultura dell'amore" è vissuta nella normale prassi della vita economica, come tante esperienze di imprese aderenti al progetto ci stanno da dieci anni a testimoniare. La logica dell'amore vissuta da due o più, quando diventa reciprocità, genera quella che chiamiamo "comunione", che si sta mostrando sempre più come la categoria teorica sintesi delle novità presenti nell'EdC».

Nelle riflessioni della teoria economica basata sulla spiritualità dell'unità si sente spesso parlare anche di "Provvidenza". Non le sembra alquanto arduo tradurre questa idea in termini economici?

«La Provvidenza è una categoria ricordata più volte da Chiara Lubich come fondamentale nell'EdC, anche se è del tutto inedita nella prassi e soprattutto nella riflessione economica. Ma cercare di spiegare la "provvidenza" nella vita economica non significa rinunciare ad un'analisi ragionevole e comprensibile della vita e dei fatti.

«Un fatto, che per un imprendito-

re è sperimentato come "il centuplo", come l'irruzione del divino nella sua vita aziendale per aver creduto alla logica evangelica in una scelta delicata, può anche essere spiegato, ad un livello diverso, ricostruendo l'iter di atti di fiducia e di rapporti umani che lo ha prodotto: una lettura non esclude l'altra.

«Dalla teologia sappiamo che solo in casi assolutamente eccezionali Dio interviene direttamente nella storia, modificando la sequenza naturale degli eventi. Normalmente, almeno nella visione cristiana, Egli agisce per "cause seconde", ispirando delle persone. Quindi all'imprenditore che si fida davvero di Dio, che entra nella logica del Vangelo e crede alla sua giustizia, Dio manda, come promesso, il centuplo, il "sovrappiù", muovendo il cuore di qualche persona concreta».

Quanto ci vorrà perché questo modo di agire e di pensare così innovativo entri nell'uso comune?

«Personalmente credo che ogni scienza ha progredito quando qualcuno ha osato pensare cose non pensate prima, ha saputo "giocare": e anche in economia, come ci ricorda l'economista Krugman, solo chi sa giocare sa fare nuove teorie, può spingere la riflessione su terreni nuovi.

«L'EdC è dunque una proposta di agire economico a più dimensioni, che ci invita ad attivare tutte le dimensioni della vita quando si fa economia: quella relazionale, affettiva e anche quella religiosa. Sono dimensioni che, lontano dall'essere aliene dalla prassi degli affari, diventano spesso quella marcia in più che permette a queste imprese - immerse come tutte le altre nella realtà di un mercato sempre più globalizzato e competitivo - di superare le crisi, di crescere e di guardare al futuro con fiducia, e diventare sempre più segno di speranza per tanti che, assetati di amore e di reciprocità, cercatori di felicità, forse senza saperlo sognano un'Economia di Comunione».

a cura di Antonio Maria Baggio

IN LIBRERIA

■ **CRISTINA FRANCUCCI (A CURA DI)**, "OCCHIO AL MUSEO", ARTÈ, PP. 56, L. 24.000 - Il museo da luogo sconosciuto potrà diventare uno spazio amico per tanti ragazzi? È l'intento di questo originale volume dalla grafica moderna: mostrare ciò che di questa istituzione non è sempre visibile, le persone che ci lavorano, l'organizzazione degli spazi, le storie e i segreti dietro le quinte... Come in un avvincente "giallo" si possono scoprire luoghi e personaggi reali della Galleria d'Arte Moderna di Bologna, mentre un viaggio per il mondo presenta musei a noi lontani. (o.p.)

■ **ROMEO DE MAIO**, "CRISTO E LA SFINGE, LA STORIA DI UN ENIGMA", MONDADORI, PP. 337, L. 50.000 - L'A., ordinario di storia moderna a Napoli, è acuto studioso del Rinascimento e di Michelangelo in particolare. In questo originale saggio, ripercorre la storia della mitica Sfinge e la mette in rapporto con la simbologia cristiana. Un viaggio fra teologia, filosofia, storia, mistica, musica e arte lungo duemila anni, a evidenziare l'influsso del mito nella tradizione culturale occidentale. (mdb)

■ **PIA ROSA DELL'ACQUA E PAOLO VOLPATO (A CURA DI)**, "GIOVANNI LOCATELLI. IL FASCINO DELL'OLTRE", PIEMME, PP. 720, L. 55.000 - Attraverso i resoconti dei suoi viaggi missionari, le testimonianze di quanti lo hanno incontrato, le iniziative pastorali e liturgiche, si ripercorrono le tappe più significative del ministero di mons. Locatelli, vescovo di Vigevano. Pagine vive e dense di spiritualità, in cui emerge il fascino di un "oltre" che è guardare al di là degli orizzonti terreni e procedere istantaneamente verso nuovi traguardi. (o.p.)

■ **ANTONIO TABUCCHI**, "SI STA FACENDO SEMPRE PIÙ TARDI", FELTRINELLI, PP. 228, L. 30.000 - L'ennesimo Tabucchi, sempre più a suo agio nella prosa impeccabile e nello stesso tempo sorprendente della sua narrativa. Un romanzo sotto forma di lettere, «una piccola commedia umana portatile», come definisce questo libro lo stesso autore. Storie d'amore per un amore che non c'è, verrebbe da dire: O meglio, per sgarci d'amore nella notte del senso. Alla ricerca di un perché. (p.p.)

■ **REMO BODEI**, "I SENZA DIO. FIGURE E MOMENTI DELL'ATEISMO", MORCELLIANA, PP. 102, L. 16.000 - Lucida e distesa riflessione sull'ateismo, che l'autore chiude con una domanda: davvero è "maledetto" l'uomo che non confida in Dio? davvero non vi è speranza per lui di vita "umana" sulla Terra? Bodei ha ben presente che l'ateismo non è qualcosa di radicalmente estraneo alla fede, ma è piuttosto ad essa legato da una parentela profonda, e con questo suo alter ego innesta una sorta di corpo a corpo che, se non è mortale, può essere portatore di nuovo e di futuro. (o.p.)

■ **LÍDICE GÓMEZ MANGO DE CARRIQUIRY**, "L'INCONTRO DI LINGUE NEL NUOVO MONDO", PONTIFICIA UNIVERSITÀ LATERANENSE-MURSIANA, PP. 115, L. 28.000 - Le lingue latino-americane non sono solo spagnolo e portoghese, come spesso si crede in Europa. Nel continente numerosi idiomi indigeni hanno dovuto lottare per la sopravvivenza contro le lingue dei colonizzatori. Alcuni scomparsi, altri ancora usati. L'autrice, uruguayana e professoressa alla Sapienza di Roma, ci introduce con competenza ed erudizione in un affascinante panorama linguistico. (p.p.)

