

Economia civile: economia delle relazioni umane

Economia e relazioni interpersonali

Verso il superamento dell'individualismo assiologico

Nel saggio “L'economia delle relazioni umane: verso il superamento dell'individualismo assiologico” (Sacco, P., Zamagni, S., (2002) Complessità relazionale e comportamento economico.

Materiali per un nuovo paradigma di razionalità, Il Mulino, Bologna) Zamagni sostiene l'importanza di tornare ai presupposti antropologici della teoria economica.

Sempre più, infatti, gli economisti ritengono urgente approfondire con studi ed esperimenti l'idea di razionalità dell'agente economico.

Negli studi più recenti, il paradigma della razionalità dell'agente viene riconsiderato anche in base ad una categoria diversa da quella strumentale: si tratta della categoria della relazionalità.

Zamagni sostiene che per lunghissimo tempo, almeno dalla seconda metà del XIX secolo, si è affermata una visione predominante del soggetto nel pensiero economico: l'individualismo assiologico.

Quest'ultimo ha contribuito ad una lettura riduzionista di ciò che è l'agente economico. Più che una concezione *self-interest*, secondo cui ognuno orienta il suo comportamento sulla base dell'auto interesse, o strumentale, secondo cui ognuno opererà per una scelta che ne massimizzi l'utilità, la vera radice di una visione riduzionista dell'economia risiede nel considerare l'agente come individuo e non come persona.

Questo atteggiamento riduzionista si presenta ancora oggi come un ostacolo, un blocco ai tentativi di andare oltre il *mainstream* economico: siamo davanti ad una sorta di “protezionismo” che lo preserva da eventuali contagi con altre scienze e da una seria autocritica.

L'assioma individualistico è così radicato nelle teorie sul comportamento dei soggetti che perfino il comportamento altruistico viene visto sotto la lente dell'autointeresse.

Seguendo Khalil (2001), Zamagni propone tre diversi modi di intendere l'altruismo secondo un approccio individualista: l'altruismo *egocentrico*, *egoistico* e *alter centrico*.

Il tipo *egocentrico* è legato all'assunto di Becker (1974) che interpreta qualsiasi comportamento alla luce del pensiero utilitarista, secondo il quale il donante considera sempre il donatario per fini

strumentali.

Il tipo egoistico viene presentato sotto due aspetti: l'altruismo calcolatore o strategico e l'altruismo secondo la formula del *warm glow*.

Axelrod ritiene che i soggetti, donando, pensano ad acquisire un'utile reputazione, così facendo determinano una forte influenza nei confronti dei donatari, i quali si sentiranno in dovere di reciprocare verso il donante.

Zamagni sottolinea come i donatari smetteranno di sentirsi obbligati a reciprocare dal momento in cui essi capiranno l'intenzione egoistica del soggetto datore di “doni”.

Paradossale risulta essere anche la seconda forma di altruismo egoistico legata al fenomeno del *warm glow*. Essa è paragonabile all'azione altruistica che ha per fine il sentirsi “a posto con la coscienza”: i soggetti agiscono con azioni donative, perché avversi al senso di colpa.

Questo però implica già l'esistenza di una credenza che vede il donare come qualcosa di buono a priori, che esiste nella sua forma più pura. L'approccio *alter centrico* si realizza quando un soggetto agisce secondo un dato principio etico che lo spinge a realizzare un'azione altruistica, senza tener conto tuttavia dell'altro, colui al quale l'azione si rivolge.

Come spiega Zamagni, rimandando agli studi sulla reciprocità di Benedetto Gui:

“un'altruista del genere, infatti, “sente” e agisce come se il benessere altrui fosse un fine in sé, cioè qualcosa di meritorio indipendentemente dalla conoscenza dell'altro”.

Sembrerebbe quindi che, secondo questa triplice prospettiva sull'altruismo, i comportamenti pro-sociali non possano fare a meno del fondamento dell'individualismo assiologico; sembra cioè che la socialità non possa essere vissuta come un'inter-esse, secondo il senso etimologico dell'“esser tra”, ma piuttosto come il passaggio per affermare una solitudine che diventa, per Zamagni e altri autori dell'economia civile, paradossale.

Se è davvero l'“interesse personale” o individuale, come l'hanno voluto interpretare i teorici del *mainstream*, a muovere le scelte dei soggetti nella società di mercato, l'unico giudizio di valore a cui si presterà attenzione nelle analisi economiche è quello di efficienza.

Fino a non molti anni fa questa era la norma. L'efficienza di uno stato era misurata esclusivamente in termini di Prodotto Interno Lordo (PIL) e l'efficienza individuale nel conseguire il massimo in termini di *cash nexus*.

Recentemente gli studi sia a livello macroeconomico, come le indagini sulla qualità della vita per gli stati del mondo secondo l'Indice di Sviluppo Umano, sia a livello microeconomico, come la Teoria dei giochi esplorata dalla Behavioral Econo-

mics (Economia comportamentale), hanno indicato come sia possibile offrire una caratterizzazione più ampia sia delle relazioni economiche che degli agenti coinvolti in tali relazioni.

Se infatti, come già segnalato nel titolo di un lavoro di Benedetto Gui, gli economisti analizzassero “Più che scambi, incontri.” (Gui, B. (2002), «Più che scambi, incontri. La teoria economica alle prese con i fenomeni interpersonali», in Sacco, P.L., Zamagni, S., ibidem), allora la scienza economica potrebbe ripensare il paradigma ermeneutico attraverso cui osservare l'agente economico. Questo perché:

“non tanto al fine di poter estendere la modellizzazione economica alla scelta del partner, degli amici che si intende frequentare, delle associazioni a cui aderire, o del numero dei figli -temi delicatissimi che la scienza economica non è attrezzata ad affrontare con i suoi soli mezzi- ma piuttosto perché senza tener conto della dimensione relazionale, non è possibile comprendere in modo adeguato neanche fenomeni più tipicamente economici, come la performance aziendale, le pratiche commerciali, la decisione da parte dei lavoratori se restare in un posto di lavoro o licenziarsi.”

Arwen Emy Sfregola

