

In quest'ultimo senso vorrei terminare riprendendo ancora la testimonianza di Giuseppe Dossetti, che a fronte delle paventate riforme della Costituzione che rischiavano di tradirne il senso, si è sentito sconfitto due volte: dapprima per una politica di partito che ha mirato a congelare prima e a ridurre poi la spinta innovatrice della Costituzione, costringendolo a farsi da parte; e successivamente, quando sono risultati evidenti i danni provocati da quella politica, costretto a vedere rovesciare sulla Costituzione "tradita" le cause del fallimento di quella politica che l'aveva emarginato. Da qui il suo ultimo richiamo: costituire dei comitati che, «a differenza dei media, non creino una suggestione, ma insegnino a ragionare. Questa mi sembra la necessità della formazione di una vera cultura costituzionale e direi di una vera coscienza costituzionale».

In questo, mi pare, sta il suo richiamo più alto: un'invocazione alla forza della ragione che per chi non conoscesse la sua storia potrebbe apparire paradossale da parte di un cattolico che nel testamento spirituale ha rimesso la sua anima nelle mani del Padre, confidando esclusivamente nella Sua misericordia. Un esempio di spirito veramente cattolico e laico: una testimonianza che suona denuncia per chi fa della Costituzione un tempio invaso da mercanti, dove la riflessione costituente diventa la passerella di accordi ristretti sottoscritti quando in baite di montagna e quando in salotti e cene private, gustando crostate e scambiandosi favori.

Da qui l'ammonimento di un altro grande pensatore, quell' Arturo Carlo Jemolo che già nel 1946 rilevava che «la libertà, come tutti i beni della vita, come tutti i valori, non basta averla conquistata una volta per sempre, ma occorre conservarla con uno sforzo di ogni giorno, rendendosene degni, avendo l'animo abbastanza forte per affrontare la lotta il giorno in cui fosse in pericolo». Libertà e Costituzione stanno insieme: e sono rose che non dobbiamo fare appassire. ■

## Terza rosa: l'economia felice

LUIGINO BRUNI

*Docente di economia politica presso l'Università di Milano-Bicocca*

### Il "paradosso della felicità"

Oggi la felicità sta tornando di moda, anche in economia. La nuova stagione è iniziata quando, dapprima negli USA e poi in Europa e ormai in tutto il mondo, si è iniziato a misurare la felicità delle persone tramite questionari, e a confrontarla con i tipici indicatori economici, quali reddito, ricchezza, disoccupazione, e altro ancora. Così, dopo quasi due secoli di eclissi, la parola felicità sta oggi tornando con forza all'interno dei dibattiti teorici e pratici, e sta cambiando, silenziosamente ma decisamente, il modo di intendere l'economia del benessere. Ciò che emerge già dai primi studi, oggi noto come il "paradosso della felicità in economia", è stata la inesistente o molto piccola correlazione tra reddito e benessere delle persone, o tra benessere economico e benessere generale.

Un po' di storia. Nel 1971, gli psicologi Brickman e Campbell, estendendo allo studio della felicità individuale e collettiva la teoria dell'adattamento, giunsero alla conclusione che i miglioramenti delle circostanze oggettive della vita (reddito e ricchezza inclusi) non producono effetti duraturi sul benessere delle persone ma solo temporanei. Fu così che in quegli anni iniziò qualcosa di nuovo anche per gli studi economici, e oggi studiare le dinamiche della felicità in economia non fa più sorridere (come avveniva solo pochi anni fa), visto che se ne occupano economisti di indubbia fama (compresi premi Nobel come Sen o Kahneman).

Nel 1974 l'economista e demografo americano Richard Easterlin, riprendendo studi empirici sulla felicità delle persone, aprì ufficialmente il dibattito attorno al "paradosso della felicità" in economia. I dati raccolti lungo diversi anni si basavano su auto-valutazioni soggettive della propria

felicità (non quindi una valutazione “esperta” esterna alla persona), e arrivano sostanzialmente a questi risultati:

1. All’interno di un singolo Paese, in un dato momento la correlazione tra reddito e felicità non è sempre significativa e robusta, le persone più ricche non sono sempre le più felici;

2. Il confronto tra Paesi, non mostra correlazione significativa tra reddito e felicità, e i Paesi più poveri non risultano essere significativamente meno felici di quelli più ricchi;

3. Ciò che invece è certo un po’ in tutti gli studi è che nel corso del ciclo di vita (nel tempo) la felicità delle persone sembra dipendere molto poco dalle variazioni di reddito e di ricchezza.

Con il termine “paradosso della felicità” oggi si intende questa pluralità di dati, ma in senso stretto ci si riferisce all’ultimo dato, cioè al fatto che nel corso della vita delle persone il reddito e la felicità non sembrano aumentare assieme.

Oggi la maggior parte delle spiegazioni ruotano attorno alla metafora del *treadmill*: l’aumento del reddito porta con sé l’aumento di qualcos’altro, esattamente come in un tappeto rullante (*treadmill* appunto), dove corriamo ma in realtà stiamo fermi, perché con noi corre in direzione opposta anche il tappeto sotto i nostri piedi. Kahneman distingue tra due tipi di *treadmill effect*: il *treadmill* edonico e il *treadmill* delle aspirazioni. L’*hedonic treadmill* deriva dalla teoria del livello di adattamento: quando abbiamo un reddito basso utilizziamo, per esempio, un’automobile utilitaria, la quale ci dà un livello di benessere pari, diciamo, a 5; quando il nostro reddito aumenta acquistiamo una nuova auto berlina, la quale, dopo aver provocato un miglioramento di benessere per qualche mese (poniamo pari a 7), presto ci ridarà lo stesso benessere dell’utilitaria (5), perché opera un meccanismo psicologico di adattamento. Il *satisfaction treadmill*, invece, dipende dal livello di aspirazione, «che segna il confine fra i risultati soddisfacenti e quelli insoddisfacenti» (Kahneman). Quando aumenta il reddito, accade che questo miglioramento delle condizioni materiali induce la gente a richiedere continui e più intensi piaceri per mantenere lo stesso livello di soddisfazione. Il *satisfaction treadmill* – che normalmente si aggiunge all’*hedonic treadmill* – opera dunque in modo che la felicità *soggettiva* (l’auto-valutazione della propria felicità) rimanga costante nonostante la felicità *oggettiva* (la qualità dei beni che consumiamo) migliori. Così, per tornare all’esempio dell’auto, probabilmente con la nuova auto il benessere (o felicità) oggettivo è maggiore, ma poiché con le nuove circostanze reddituali le mie aspirazioni circa

l’auto “ideale” sono aumentate soggettivamente, sperimenterò lo stesso livello di soddisfazione di prima (anche se sono *oggettivamente* più comodo nella nuova automobile).

La cosa interessante che gli studi mostrano è che nel dominio dei beni materiali l’adattamento e le aspirazioni hanno un effetto *quasi totale*: gli aumenti di comfort vengono assorbiti, dopo un tempo più o meno breve, quasi completamente. Questi effetti determinano quindi una “distruzione di ricchezza”, o, meglio, un uso non efficiente della stessa. Perché? Perché ci sono altri ambiti, non economici, nei quali l’adattamento e le aspirazioni agiscono meno, come l’ambito familiare, affettivo e civile. Per fare un esempio, è ampiamente documentato che in media le persone che vivono rapporti affettivi profondi e stabili sono relativamente più felici. Nella vita familiare, ad esempio, anche se esiste un effetto di adattamento o di aspirazione, il *treadmill* non è totale, e una vita familiare e relazionale ricca rende mediamente più felici: «Gli individui non sono in grado di percepire che, a causa dell’adattamento edonico e del confronto sociale, le aspirazioni nel dominio monetario si modificano in base alle circostanze effettive. Di conseguenza, una quantità di tempo spropositata è destinata al perseguimento di obiettivi monetari a spese della vita familiare e della salute, e il benessere soggettivo si riduce rispetto al livello atteso. Evidentemente, un’allocazione del tempo a vantaggio della vita familiare e dello stato di salute aumenterebbe il benessere soggettivo» (Easterlin).

Inoltre è stato empiricamente dimostrato che le persone altruiste sono mediamente più felici di quelle egocentriche, e che chi fa regolarmente volontariato è in genere una persona che si considera felice, e – cosa interessante – che viene considerato felice dagli altri. Ma su questi aspetti avremo modo di tornare in seguito.

Una terza spiegazione del paradosso, molto diffusa oggi tra gli economisti, mette l’accento sugli effetti *posizionali*. L’ipotesi – che storicamente risale ai lavori sul “consumo vistoso” di Veblen, e più recentemente, sul “consumo relativo” di Duesenberry – consiste nell’intuizione che il benessere che traiamo dal consumo dipenda soprattutto dal valore *relativo* del consumo stesso, cioè da quanto il livello assoluto del nostro consumo differisce da quello degli altri, con i quali normalmente ci confrontiamo. Se il mio reddito, per un esempio, aumenta (del 10%) ma quello del mio collega d’ufficio aumenta di più (15%), potrei ritrovarmi con un maggior reddito accompagnato da maggiore insoddisfazione. L’essere umano, sembra, valuta le cose che ha con l’occhio degli altri. Il punto interessante, anche qui, è che

questi meccanismi “posizionali” portano a dei fallimenti della razionalità economica – per come l’economia l’ha tradizionalmente intesa.

È la nota dinamica delle esternalità negativa: il consumo degli altri “inquina” il mio benessere, più o meno inintenzionalmente. I beni relazionali sembrano quindi condividere alcune caratteristiche dei beni che gli economisti chiamano “demerit goods”, cioè quei beni privati che producono esternalità negative e che quindi richiederebbero che un giudice imparziale, esterno al consumatore, intervenga per farne ridurre il consumo.

Queste spiegazioni, soprattutto il *treadmill* delle aspirazioni e il consumo posizionale, hanno bisogno di incorporare *una certa socialità*: nell’isola di Robinson Crusoe non avremmo questi fenomeni, che richiedono come presupposto la società (almeno la presenza dell’indigeno Friday). Ma, mi chiedo, *quale* socialità è implicata nelle principali spiegazioni del paradosso della felicità in economia?

Una prima risposta è immediata: le dinamiche sociali, che fanno leva sull’invidia e sulla rivalità, che sono alla base delle spiegazioni posizionali, possono essere (e in realtà lo sono) una buona spiegazione della frustrazione e dell’*infelicità* (o felicità “negativa”), mentre è più difficile considerarle spiegazioni della *felicità* (o felicità “positiva”): il confronto con gli altri spesso ci frustra, ma difficilmente consideriamo la nostra vita felice (sia nel senso di Aristotele che in quello di Sen, ma anche di Kahneman) perché consumiamo più del vicino di casa.

Ciò che qui mi preme di sottolineare è soprattutto un aspetto. Il tipo di socialità preso in considerazione da questo tipo di teorie è sostanzialmente diverso dal tipo di socialità preso in considerazione dagli autori che spiegano il paradosso sulla base dei beni relazionali. Nelle teorie posizionali, la socialità è declinata in termini di *competizione*, e soprattutto di *rivalità* e di *invidia*: «Che ci piaccia o no, gli esseri umani sono rivali, ed è ora per l’economia *mainstream* di incorporare questo elemento chiave della natura umana» (Layard). Ma, è doveroso chiedersi, è tutta qui la socialità umana, anche soltanto quella implicata nelle faccende economiche?

## I beni relazionali

Vorrei allora delineare una possibile spiegazione del paradosso della felicità ricorrendo al concetto di bene relazionale.

La categoria di “bene relazionale” è stata introdotta nel dibattito teorico quasi contemporaneamente da quattro autori, la filosofa Martha Nussbaum, il sociologo Pierpaolo Donati, e gli economisti Benedetto Gui e Carole Uhlener.

Vengono chiamati “beni relazionali” quelle dimensioni delle relazioni che non possono essere né prodotte né consumate da un solo individuo, perché dipendono dalle modalità delle interazioni con gli altri e possono essere goduti solo se condivisi nella reciprocità.

L’approccio economico ai beni relazionali porta, però, a considerarli come realtà *indipendenti* dalla relazione stessa. Gui esplicitamente esprime questo intento metodologico, per salvare la continuità con la scienza economica che vede il bene come una realtà distinta dall’atto del consumo. E per questo tende a separare il bene relazionale dalla relazione stessa. Quindi, nella teoria di Gui, che è quella di gran lunga più sviluppata dal punto di vista analitico, il bene relazionale è distinto dalle caratteristiche soggettive (dagli stati affettivi e dalle motivazioni degli agenti). In particolare, Gui propone di analizzare ogni forma di interazione come un particolare processo produttivo, che chiama “incontro”. Egli suggerisce che in un *incontro* «tra un venditore e un potenziale acquirente, tra un medico e un paziente, tra due colleghi di lavoro, anche tra due clienti di uno stesso negozio», oltre ai tradizionali *outputs* (l’effettuazione di una transazione, lo svolgimento di un compito produttivo, la fornitura di un servizio), vengano “prodotti” anche altri particolari tipi di output intangibili, di natura relazionale, i beni relazionali appunto.

In tutte le definizioni che attualmente abbiamo di bene relazionale la dimensione della *reciprocità* è dunque fondativa. Infine, nei beni relazionali il “perché”, la motivazione che muove l’altro, è un elemento essenziale (come già ricordava Aristotele, l’amicizia più alta che contribuisce all’eudaimonia non può essere mai strumentale, perché è una virtù).

Importante è poi il discorso della Nussbaum circa la “fragilità” dei beni relazionali: «queste componenti della vita buona sono destinate a non essere per nulla autosufficienti. Esse saranno invece vulnerabili in maniera particolarmente profonda e pericolosa» (Nussbaum).

Personalmente sono convinto che per comprendere la peculiarità dei beni relazionali, la prima operazione da fare consiste nel liberarsi dalla tenaglia “bene pubblico-bene privato”. Finché, infatti, cerchiamo di collocare il bene relazionale tra i beni privati (come il paio di scarpe o il panino, beni “rivali” nel consumo e escludibili) o, alternativamente, tra i beni pubblici

(come l'illuminazione pubblica, cioè beni non rivali e tendenzialmente non-escludibili) rimaniamo sempre all'interno del paradigma non-relazionale. Infatti, sia la definizione di bene privato che di bene pubblico non implicano relazioni *tra* i soggetti coinvolti: la sola differenza tra i due tipi di beni è la presenza o meno di “interferenze” nel consumo. Per questo, il consumo di bene pubblico non è altro che un consumo che individui isolati fanno indipendentemente gli uni dagli altri (pensiamo all'uso di una strada non congestionata, o a due o più persone che ammirano lo stesso quadro in un museo, senza che il consumo dell'uno interferisca con quello dell'altro) – questo è quanto implica l'ipotesi di non-rivalità. Considero pertanto fuorvianti i tentativi di inquadrare il bene relazionale tra i beni pubblici, mentre propendo per pensare al bene relazionale come ad un terzo *genus* rispetto ai tradizionali beni economici, classificati in “privati” e “pubblici”.

#### «L'uomo felice ha bisogno di amici»

Se indichiamo la felicità di un soggetto A con  $F_a$ , il reddito (inteso come mezzi materiali) con  $I_a$ , il rapporti genuini con gli altri, i “beni relazionali” (come li abbiamo definiti) con  $R_{a,b}$ , e ignoriamo altri elementi importanti (come, ad esempio, la salute) possiamo scrivere:  $F_a = f(I_a, R_{a,b})$ , esprimere cioè la felicità come una funzione del reddito (o consumo) individuale e dei beni relazionali.

Se, quindi, prendiamo in considerazione la semplice relazione  $F_a = f(I_a, R_{a,b})$ , e per semplificare consideriamo la felicità una variabile misurabile, la diminuzione di felicità può derivare o da un effetto negativo *diretto* di  $I_a$  su  $F_a$ , oppure da un effetto *indiretto* di  $I_a$  su  $F_a$  attraverso, ad esempio, un effetto negativo generato da  $I$  sui beni relazionali  $R_{a,b}$ , un effetto che potrebbe smorzare, o addirittura soverchiare, l'effetto totale procurato dall'aumento di reddito sulla felicità.

Se, per esempio, l'impegno per aumentare il reddito (assoluto o relativo) produce sistematicamente effetti negativi sulla qualità e quantità delle nostre relazioni (fa cioè diminuire la felicità che traiamo dal “consumo” di beni relazionali), poiché le ore dedicate al lavoro sono sottratte alla vita relazionale e familiare, l'effetto complessivo di un aumento di reddito sulla felicità può essere negativo a causa delle conseguenze negative che quell'aumento di reddito produce indirettamente sulla qualità delle nostre relazioni, a causa delle risorse (eccessive) che impieghiamo per aumentare il

reddito, e che sottraiamo, ad esempio, ai rapporti umani. È anche 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 l'individuo possiede livelli di reddito molto bassi, ottiene un miglioramento dei suoi rapporti in seguito ad aumenti di reddito. Quando però si supera una certa soglia, un punto critico, il “segno” della dipendenza di una variabile dall'altra cambia, e da positivo diventa negativo.

Inoltre, i beni relazionali hanno caratteristiche di beni pubblici (pur non identificandosi, come detto, con essi), e quindi il loro valore non dipende solo dal mio impegno e dalle mie motivazioni, ma anche dall'impegno di coloro con cui sono in rapporto (è questo il senso della notazione:  $R_{a,b}$ ). Quindi, in una società dove solo io lavoro molto e quando torno a casa trovo i miei famigliari che mi aspettano, il valore di  $R_{a,b}$  sarà maggiore rispetto ad una società nella quale entrambi i coniugi lavorano e si danno il cambio nella cura dei figli.

#### Come facciamo i calcoli?

Una domanda fondamentale resta ancora aperta: perché esseri umani razionali (come li immagina l'economia), che apprendono dal passato e dagli errori, dovrebbero investire ripetutamente energie in modo da non ottimizzare il loro benessere? In altre parole, perché se è vero che staremmo meglio lavorando meno e coltivando più i rapporti con gli altri, continuiamo a lavorare troppo e ad investire troppo poco nell'amicizia?

Una prima possibile risposta è affermare che le persone non sono razionali: sbagliano sistematicamente nel fare i conti circa il proprio benessere. I condizionamenti del mercato (ad esempio la pubblicità), soprattutto, complicano i nostri conti circa il benessere: quindi, potremmo star meglio, ma non riusciamo a vederlo. In realtà, a pensarci bene, questa non è una vera risposta, in quanto si arresta proprio laddove dovrebbe incominciare: perché la gente si sbaglia sistematicamente? È irrazionale, bene: ma perché lo è?

Spiegazioni che cercano di dirci perché la gente è irrazionale (nel senso che non massimizza il proprio benessere quando può farlo) sono quelle che derivano dalla teoria di Tibor Scitovsky, un fondatore degli studi sulla felicità. Nella sua *Joyless Economy* (1976) egli ci offre una spiegazione che ancora oggi si presta molto bene ad includere anche i beni relazionali (assenti dal suo discorso). L'ipotesi di fondo è la sua distinzione tra beni di “comfort” e

beni di “creatività”. I beni di comfort danno stimolazioni immediate, sensazioni piacevoli di breve periodo, ma la soddisfazione che conferiscono non si protrae nel tempo. I beni di comfort sono un paio di scarpe, un frigorifero, un piatto di pasta, una automobile, ma anche un comodo divano o una vasca con idromassaggio. Che cosa hanno in comune questi beni? Hanno un’ utilità che decresce fortemente con l’uso, portando subito alla noia: apprezzo molto un primo paio di scarpe se prima non ne avevo, ma l’ utilità che mi conferisce il quinto paio di scarpe di mezza stagione, è molto piccola. Così, per la nuova automobile, ecc. Anzi, per i beni di comfort durevoli, col passare del tempo “averli tra i piedi” è fonte di disutilità, e di desiderio di comprarne di nuovi ... e il ciclo ricomincia (cosa che il mercato sa molto bene).

I beni di “creatività”, invece, hanno normalmente la caratteristica opposta: la loro utilità marginale è crescente, più li uso più mi arrecano benessere. Esempi classici sono i beni culturali (certa musica, lettura, teatro, ecc.); e – anche se Scitovsky non ce lo dice – i beni relazionali sono beni di questo tipo; anzi, secondo Hirschman, i beni relazionali – come la “commensalità” – conferiscono *al tempo stesso* comfort e creatività. Una lettura di un buon libro, l’impegno civile, continuano a conferire utilità nel tempo, e non hanno gli effetti di nausea tipici dei beni di comfort durevoli: vedere nel mio scaffale un libro che ho già letto continua a generare in me un senso di piacere.

Scitovsky sostiene che consumiamo troppi beni di comfort e pochi beni di creatività perché le esigenze delle moderne economie, e in particolare le esigenze delle economie di scala, spingono nella direzione di rendere molto poco accessibili, o estremamente cari, i beni di creatività, e soprattutto tendono a rimpiazzarli con beni di comfort spacciati per beni di creatività. È qui infatti che inizia la spiegazione di Scitovsky (anche se nel suo libro è solo accennata). Noi consumiamo troppo comfort anche perché questo si presenta sempre più sotto le mentite spoglie di bene di creatività ma a costo molto più basso del bene di creatività vero.

Veniamo ora ai beni relazionali: perché ne consumiamo troppo pochi?

Una prima spiegazione si basa sulla distinzione di Scitovsky: i beni relazionali sono tipici beni di creatività, e anche qui il mercato tende a offrire beni di comfort che li simulano. Pensiamo ancora ai prodotti televisivi. Il tempo consumato davanti alla TV agisce contro i beni relazionali in due modi: è tempo sottratto ai rapporti con gli altri (come lo è anche, d’altra parte, una corsa nel bosco, o una lettura di un libro), ma è anche un consumo di beni relazionali simulati. Infatti, se i programmi televisivi offrono sempre più prodotti che assomigliano ai rapporti umani veri e propri (pensiamo ai

*talk show* o ai *reality show*: «quando vado da mia madre, lei mi parla dei protagonisti di un talk show come se fossero suoi amici di quartiere», mi confidava un collega di lavoro), in realtà, però, essi sono beni di comfort che spiazzano i *veri* beni relazionali e la mamma del mio collega, di fatto è solo di fronte ad una scatola nera. Non stupisce quindi che da una ricerca che sto conducendo sui dati della *World Values Survey* risulta che in tutti i paesi del mondo il numero di ore passate davanti alla TV è inversamente correlato all’indice di felicità ; come non stupisce che nei paesi OCSE le ore davanti alla TV crescono assieme alle ore di lavoro: più in un paese si lavora, più tempo si passa davanti alla TV. Come mai, qualcuno potrebbe domandarsi? Non dovrebbe essere vero il contrario? Le considerazioni che stiamo facendo sui costi di attivazione ce lo fanno comprendere: persone più stanche per il lavoro tenderanno a consumare finti “beni relazionali” perché costano meno, richiedono meno energie della coltivazione di amicizie vere. Un’altra spiegazione, intuita da Scitovsky, fa leva sulla dipendenza (*addiction*): i beni di comfort creano dipendenza, quindi per ottenere lo stesso piacere di ieri, oggi dovrò consumare più beni di comfort.

Un’ultima considerazione, infine. I beni relazionali, a differenza dei beni di comfort e dei beni di mercato standard, sono in balia delle scelte degli altri: sono quindi più fragili e più vulnerabili, non sono da me controllabili pienamente, sono più rischiosi. Ecco perché tendiamo a consumarne relativamente meno – rispetto ai beni di mercato, molto meno rischiosi. È questa una antica verità: la vita buona è vita civile, ha bisogno di rapporti umani profondi, ma appunto per questo è costitutivamente vulnerabile e fragile.

Lo sviluppo tecnologico tende a ridurre i costi dei beni di mercato standard, lo abbiamo detto. Non fa altrettanto, invece, con i beni relazionali, la cui “tecnologia” è più o meno la stessa dai tempi di Adamo ed Eva. Il costo relativo dei beni relazionali tende quindi ad aumentare nei paesi a tecnologia avanzata, come sono quelli dove si verifica il paradosso di Easterlin.

### Fronteggiare la carestia

I beni relazionali, perché fatti *di* relazioni, possono essere goduti solo nella reciprocità: «L’attività vicendevole, il sentimento reciproco e la mutua consapevolezza sono una parte tanto profonda dell’amore e dell’amicizia che Aristotele non è disposto ad ammettere che, una volta tolte le attività condivise e le loro forme di comunicazione, resti qualcosa degno del nome

di amore o di amicizia. ... Se le cose stanno così allora queste componenti della vita buona sono destinate a non essere per nulla autosufficienti. Esse saranno invece vulnerabili in maniera particolarmente profonda e pericolosa» (Nussbaum).

L'antinomia della vita buona associata alla fragilità ha attraversato l'intera traiettoria del pensiero occidentale, fino alla modernità, la quale – si pensi a Hobbes, ma anche a Hegel – ha voluto risolvere la fragilità della vita buona abdicando, di fatto, ad una vita pienamente civile, sperando così di non incorrere nei paradossi dovuti alla vulnerabilità di essa.

L'economia contemporanea alla felicità relativa (perché dipende costitutivamente dal rapporto con gli altri) ha sostituito l'utilità non-relativa, perché essendo un rapporto tra «un individuo e una cosa» (come si esprimeva Vilfredo Pareto), è interamente definita nella mente del soggetto, e per questo non teme la fragilità dovuta alla mancata risposta degli altri.

Gli attuali “paradossi della felicità” ci dicono che ad un certo punto qualcosa di importante in questo processo di trasformazione “della felicità relativa nell'utilità assoluta” è andato perso lungo la strada. La mia tesi consiste nell'affermare che il “qualcosa andato perso” ha molto a che fare con i rapporti con gli altri, con i beni relazionali. Possiamo accettare, è vero, che i beni di mercato a basso costo riempiano il vuoto creato dall'assenza dei rapporti umani genuini. La prospettiva che ho seguito in questa riflessione è, però, è un'altra: proprio perché l'essere umano ha una vocazione irrinunciabile a diventare *persona* e a trascendere la sua *individualità*, i beni relazionali, perché sempre più rari, diventano sempre più preziosi.

Saranno anche le carestie di beni relazionali e di gratuità quelle che attendono le nostre società opulente nel prossimo futuro? ■

## Quarta rosa: un ambiente sano

ANTONIO BALLARIN DENTI

*Docente di fisica ambientale presso l'Università Cattolica di Brescia*

### L'idea di “sviluppo sostenibile” dal rapporto Bruntland al Summit mondiale di Johannesburg

Il termine “sviluppo sostenibile”, contenuto nel Rapporto del 1987 *Il nostro futuro comune* di una commissione dell'ONU presieduta dall'allora premier del governo svedese signora Bruntland, è poi entrato nel lessico economico, politico, sociale a partire dal Summit di Rio del 1992. Ma non era mai direttamente entrato nel titolo di un Summit mondiale. Il Summit lo ha reso più popolare ma ha anche dato l'occasione per ridiscuterlo e probabilmente anche assestarne il contenuto semantico.

Effettivamente “sviluppo sostenibile” esprime un concetto molto complesso. Da una parte sta “sviluppo”: una parola che ha come sinonimi “crescita” (anche se alcuni contrappongono i due termini), oppure “evoluzione” quantitativa e/o qualitativa. Una parola entrata nel lessico politico ed economico in un particolare periodo storico, il cui inizio si può datare con il discorso del 20 gennaio 1949 del Presidente degli USA, Harry Truman, discorso nel quale l'area Sud del mondo fu dichiarata “area sottosviluppata”.

Dall'altra parte sta la parola “sostenibile”. Un aggettivo che suggerisce l'esistenza di un limite allo sviluppo, che evoca l'idea di un carico che la Terra non può sopportare. Aggettivo che lascia ipotizzare traiettorie di sviluppo “insostenibili”. Quindi l'idea di sviluppo viene valutata anche in una prospettiva temporale lunga, sulla base della conoscenza che abbiamo degli ecosistemi e della società umana, cioè delle interazioni dinamiche tra l'uomo e il suo ambiente.

È implicita nell'uso dell'espressione l'assunzione che possano esserci diversi tipi di sviluppo.