

Graziano Lingua

ECONOMIA E RELAZIONI
LA DIFFICILE USCITA DALLA LOGICA DELL'HOMO OECONOMICUS

Abstract

The model of the homo oeconomicus as a social agent whose only goal is the maximization of individual profit has been criticized for two decades at least. Yet, the wide debate on the crisis of such a model has not affected its popularity at the level of generalized sensibility. Therefore, understanding the reasons for such a success and asking whether the critiques truly hit the mark become important. After a brief excursus of the history of the concept, the essay investigates three cases of such critiques: B. S. Frey's proposal of the homo oeconomicus maturus, the critique coming from the rediscovery of civil economics as proposed by S. Zamagni and L. Bruni, and the general anthropological rethinking caused by the theme of the gift. Through this path, the author argues for a specific thesis, namely, that in order to move "beyond" the homo oeconomicus implementing its model is not enough; rather, one needs to reformulate the anthropological vision that supports it.

I discorsi sull'economia che monopolizzano il dibattito pubblico in questo contesto di "crisi" conclamata e durevole sembrano dare per scontati una serie di presupposti indiscutibili. L'economia ha proprie leggi che funzionano in modo necessario ed ogni intervento che provenga dall'"esterno" e che non voglia tenere in conto di queste leggi è votato al fallimento. Tra le idee indiscutibili che circolano nel dibattito pubblico, una delle più ricorrenti è quella secondo cui l'attore economico si comporta inesorabilmente come un massimizzatore di profitto, unicamente interessato al calcolo dell'utilità. Questo modello, conosciuto con l'etichetta di *homo oeconomicus*, descrive i soggetti della vita economica come individui ad un'unica dimensione: nella sfera della produzione e dello scambio, l'unico comportamento sensato, cioè razionale, è quello del calcolo utilitaristico. Ora è evidente che, nonostante la diffusione, questa immagine di attore economico risulta fortemente riduttiva fino a rappresentare un vero e proprio "mostro antropologico", per dirla con Daniel Cohen¹. Gli stessi economisti neoclassici che avevano coniato la nozione erano consapevoli che si trattava di un'astrazione scientifica, ma questa consapevolezza non ha impedito che di essa siano state offerte versioni "caricaturali", sull'onda del neoliberalismo imperante che negli ultimi due decenni del secolo scorso ha accompagnato l'apparente trionfo del capitalismo globalizzato. Le ripetute difficoltà e le crisi dell'ultimo decennio hanno portato con sé una maggiore consapevolezza e l'esigenza di elaborare una concezione meno astratta. Gli studi sulla

¹ D. COHEN, *Homo oeconomicus, prophète (égaré) des temps nouveaux*, Albin Michel, Paris 2012, p. 34.

felicità, sul volontariato, sulla gratuità, o anche semplicemente sulle motivazioni intrinseche che fanno sì che si lavori non soltanto per denaro, hanno mostrato che l'*homo oeconomicus* non corrisponde al comportamento reale dei soggetti economici. Tuttavia l'ampio dibattito sulla crisi di questo modello non sembra ancora averne scalfito la pregnanza e la diffusione a livello di sensibilità generalizzata, per cui diventa importante capire le ragioni di tale successo e domandarsi fino a che punto queste critiche colgano realmente nel segno.

L'intento di queste pagine è di guidare il lettore in un breve viaggio nelle vicende dell'*homo oeconomicus*, per sondare alcuni contributi che si sono intrecciati nel processo di revisione dello stesso. Tuttavia il percorso avrà come compito anche di introdurre una tesi che vale la pena enunciare fin da subito. Per andare "oltre" l'*homo oeconomicus* non è sufficiente implementarne o riformarne il modello "standard", mettendo l'accento su una serie di dimensioni cognitive o psicologiche intrinseche al comportamento razionale dell'attore economico che tale concezione non è stata in grado di integrare, ma occorre riformulare alla radice la visione antropologica che vi sta alle spalle. Tra le ragioni della persistenza dell'*homo oeconomicus* c'è infatti il mancato riconoscimento di un paradosso che si annida nella spiegazione del comportamento umano attraverso la meccanica degli interessi. In origine tale spiegazione nasceva infatti dall'istanza realistica di fare i conti con l'uomo concretamente esistente, evitando infingimenti e illusioni, mentre oggi è proprio questa stessa istanza realistica a motivarne la critica. Solo se si tiene conto di questa esigenza originaria e del suo fallimento si può comprendere la difficoltà a lasciarsi realmente alle spalle quel modello e la necessità di valorizzare programmi di ricerca che si impegnino in una più radicale revisione critica che tocchi i presupposti antropologici stessi della vita economica.

L'ultima parte dello studio non potrà fare molto di più che enunciare alcune piste di ricerca in tal senso, centrando la propria attenzione su due nuclei antropologicamente fecondi: il ritorno di interesse per la qualità delle relazioni come orizzonte primario dell'agire economico e la riabilitazione della dimensione del dono e della gratuità come elementi in grado di contestare il "privilegio paradigmatico"² della massimizzazione del profitto.

1. Chi è l'*homo oeconomicus*?

Già Foucault nel corso al Collège de France (1978-1979) dal titolo *La naissance de la biopolitique*³ lamentava la mancanza di una storia della nozione di *homo oeconomicus*⁴, tanto

² L'espressione è usata da P. Abell in riferimento alla teoria della scelta razionale, ma può essere estesa all'intero modello dell'*homo oeconomicus* e al paradigma della massimizzazione dell'interesse individuale che ne caratterizza la logica interna. Cfr. P. ABELL, *Is Rational Choice Theory a Rational Choice of Theory?*, in J. COLEMAN, T.J. FARARO (a cura di), *Rational Choice Theory. Advocacy and Critique*, Macmillan Publishing Company, New York 1992, p. 188.

³ M. FOUCAULT, *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France 1978-1979*, Gallimard, Paris 2004, p. 275; trad. it. M. Bertani e V. Zini, *Nascita della biopolitica*, Feltrinelli, Milano 2007, p. 221.

⁴ Vuoto che è in parte stato nel frattempo riempito da alcuni lavori, tra cui P. DEMEULENAERE, *Homo oeconomicus. Enquête sur la constitution d'un paradigme*, PUF, Paris 1996; R. MANSTETTEN, *Das Menschenbild der* 128

che, pur essendo un modello presente già da prima, è soltanto con gli economisti neoclassici, Léon Walras e in particolare Vilfredo Pareto, che di esso si dà un'esplicita teoria⁵. In realtà, secondo lo stesso Foucault, è possibile farne risalire l'idea alla concezione sorta con l'empirismo inglese e con il pensiero di Locke, secondo cui il soggetto «non viene definito dalla sua libertà, o dall'opposizione tra anima e corpo, o dalla presenza di una fonte o di un nucleo di concupiscenza contrassegnato dalla caduta o dal peccato, bensì [...] appare come soggetto di scelte individuali al tempo stesso irriducibili e non trasmissibili»⁶.

Tuttavia il concetto di *homo oeconomicus* è all'inizio poco più che una finzione utilizzata dagli economisti per poter modellizzare il comportamento economico⁷. Se si vuole trovarne un'immagine letteraria ci si può riferire al Robinson Crusoe di Daniel Defoe⁸. Il naufrago che si trova solo in una terra vergine deve agire districandosi in modo razionale con le poche risorse che ha disposizione con l'obiettivo non solo di sopravvivere, ma anche di massimizzare il proprio benessere nella situazione di ristrettezza. Ciò che stupisce è tuttavia che questa finzione teorica, pensata come strumento metodologico, subisce un processo di intensificazione e di espansione che la porta a proporsi come una visione antropologica complessiva, anche se il più delle volte sottintesa⁹. Dalla formulazione neoclassica si arriverà così alle versioni più recenti, incentrate sull'idea che in ogni situazione l'azione individuale è dettata unicamente dall'interesse a massimizzare la propria funzione di utilità e dalla competizione per l'accaparramento dei beni sul mercato¹⁰. Questo percorso di intensificazione del concetto segue due direttrici principali: la prima, in senso orizzontale, che conduce la nozione di *homo oeconomicus* a travalicare l'ambito disciplinare dell'economia per diventare un modello da applicare a tutti i comportamenti sociali, e l'altra, in senso verticale, che intensifica il concetto stesso, per cui la ricerca dell'interesse individuale diventa l'unico comportamento razionale, cioè veramente "umano". Da questo secondo punto di vista non soltanto l'*homo oeconomicus* è il modello dell'agente razionale, ma ogni azione per essere razionale deve rispondere al criterio del calcolo economico.

Quali sono gli elementi propri al concetto di *homo oeconomicus* che vengono così intensificati fino a diventare un presupposto indiscutibile della teoria economica standard e che da essa si espandono poi all'insieme delle altre scienze sociali? Ci sono almeno tre aspetti che accomunano le diverse versioni e che serve richiamare per

Ökonomie. *Der homo oeconomicus and die Anthropologie von Adam Smith*, Karl Alber Verlag, Freiburg 2002²; e S. CARUSO, *Homo oeconomicus. Paradigma, critiche, revisioni*, Firenze University Press, Firenze 2012.

⁵ Sulle origini della visione neoclassica dell'*homo oeconomicus*, cfr. P. DEMEULENAERE, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 158-191.

⁶ Cfr. M. FOUCAULT, *op. cit.*, p. 275; it., p. 221.

⁷ P. DEMEULENAERE, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 173-179.

⁸ D. COHEN, *op. cit.*, pp. 34-35.

⁹ Sul processo di intensificazione si vedano le osservazioni contenute in S. CARUSO, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 11-25.

¹⁰ Si pensi a quanto afferma Gary Becker: «Tutto il comportamento può essere pensato come una messa in gioco di attori che massimizzano la loro utilità a partire da un insieme stabile di preferenze e accumulano la quantità ottimale di informazioni ed altri elementi su una pluralità di mercati» (G.S. BECKER, *The Economic Approach to Human Behavior*, University of Chicago Press, Chicago 1976, p. 14).

comprendere le direzioni che prenderà la critica. Il primo è l'*individualismo*, ovvero la riconduzione del comportamento collettivo alla somma dei comportamenti individuali. Solo l'individuo è giudice dei propri interessi e all'interno del calcolo di questi non entra, se non come funzione di disturbo, la relazione con gli altri. Alle spalle dell'*homo oeconomicus* vi è quindi una concezione antropologica in cui l'uomo è un essere asociale, isolato, unidirezionalmente votato all'interesse personale (*self-interest*) e privo di ogni legame relazionale. L'individualismo si lega poi a doppia mandata al secondo elemento che ci interessa, ovvero l'*impianto utilitaristico* con cui è letto ogni comportamento, non solo economico¹¹. Ogni individuo agisce unicamente seguendo il principio di auto-interesse, la cui funzione di utilità «dipende direttamente dal volume e dalla qualità di beni e servizi consumati, ma non dal contesto sociale nel quale l'azione di consumo si sviluppa»¹². Come l'individualismo, anche l'utilitarismo subisce gli effetti di una lunga storia culturale¹³. Tuttavia in questo caso occorre segnalare un'evoluzione significativa dalle formulazioni classiche (Jeremy Bentham e John Stuart Mill), secondo cui la ricerca dell'utile individuale deve integrarsi nella massimizzazione dell'utile generale, alla versione contemporanea dell'utilitarismo che si ritrova per esempio nella *Rational Choice Theory*¹⁴ (RCT), dove il differenziale di utilità individuale diventa l'unica ragione dell'azione. Ancora una volta questo spostamento di accento mostra il processo di intensificazione di cui abbiamo parlato, perché la ricerca dell'interesse proprio (*self-interest*) viene a coincidere con una teoria generale dell'azione. Come sostiene ad esempio Raymond Boudon, una volta che si è individuato l'interesse che guida una particolare scelta, si è raggiunta la “spiegazione completa”¹⁵, cioè l'unica spiegazione possibile di quel comportamento. Anche gli atteggiamenti esplicitamente altruistici, analizzati in termini più sofisticati, appaiono nascondere come movente l'interesse individuale ed anzi quanto si pretende non rientri nella meccanica degli interessi si rivela ad uno sguardo più smalzato come una copertura ipocrita volta a nascondere le intenzioni reali.

Considerare l'interesse individuale come l'unico movente razionale dell'azione significa, ed è questo il terzo elemento che ci interessa, connotare la razionalità in termini strumentali, come una *razionalità calcolante* imperniata sul rapporto mezzi/fine. Perché avvenga l'intensificazione in senso verticale del modello dell'*homo oeconomicus* di cui abbiamo detto è necessario infatti che soltanto il calcolo razionale degli interessi possa essere motivo dell'azione e quindi che ogni altro movente vada considerato “irrazionale”, o per lo meno irragionevole. Ne risulta una concezione degli attori

¹¹ Sul ruolo dell'utilitarismo nel contesto culturale contemporaneo si veda il numero monografico della rivista “Cité”, 10 (2/2002) dal titolo *L'utilitarisme aujourd'hui. La bonheur sous contrôle*, in particolare i contributi di Jean-Pierre Cléro e di Pierre Demeulenaere. Di quest'ultimo è utile anche il capitolo dedicato al tema in P. DEMEULENAERE, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 225-275.

¹² L. BECCHETTI, *Oltre l'homo oeconomicus. Felicità, responsabilità, economia delle relazioni*, Città Nuova, Roma 2009, p. 12.

¹³ Sulle vicende dell'individualismo moderno e contemporaneo si veda A. LAURENT, *Storia dell'individualismo*, trad. it. M.C. Marinelli, Il Mulino, Bologna 2000.

¹⁴ Cfr. S.H. HEAP, M. HOLLIS, R. SUGDEN, A. WEALE, *The Theory of Choice*, B. Blackwell, Oxford 1992 e J. COLEMAN, T.J. FARARO (a cura di), *Rational Choice Theory*, ed. cit.

¹⁵ R. BOUDON, *Théorie du choix rationnel ou individualisme méthodologique*, in “Sociologie et sociétés”, XXIV (2002), p. 11.

economici come un aggregato di “egoisti razionali”, individui non solo interessati al proprio profitto in termini utilitaristici, ma anche capaci, come ha sintetizzato efficacemente Sergio Caruso di «a. acquisire tutte le informazioni di cui hanno bisogno sulle variabili in gioco (più che mai ove si tratti di variabili economiche, misurate dal mercato); b. di farne un uso efficiente in termini di previsioni attendibili sul comportamento altrui»¹⁶.

Questa prevedibilità nel comportamento è uno dei motivi più forti del successo epistemologico dell'*homo oeconomicus* perché permette di individuare delle costanti a partire da un'assiomatica, quella dell'interesse, che ha la caratteristica di essere semplice e apparentemente dotata di una forte capacità esplicativa. Il calcolo degli interessi produce azioni più prevedibili ed automatiche che non il riferimento a valori o il puro comportamento passionale. La traducibilità monetaria di tale calcolo permette poi una visione neutrale dei rapporti sociali, in cui tutte le interazioni sono impersonali e assiologicamente neutrali. Ogni altro tipo di motivazione è un residuo di idealismo morale, cioè una forma irrealistica che non fa i conti con “l'uomo così com'è”.

2. Il paradosso dell'interesse: chi è “realmente” l'uomo reale?

Nella storia dell'*homo oeconomicus* e nella sua pretesa di offrire un modello per descrivere l'uomo “così com'è” c'è però un paradosso di cui la stessa dottrina economica ha dovuto farsi carico. Chi faccia i conti con le situazioni concrete di scambio economico si rende conto che un individuo unicamente guidato dalla massimizzazione degli interessi e dal calcolo del profitto è un soggetto astratto, utile per costruire modelli matematici, ma lontano dai comportamenti reali. Come vedremo in seguito non solo dall'esterno, ma anche dall'interno della dottrina economica gli ultimi decenni hanno registrato una serie impressionante di critiche all'*homo oeconomicus*¹⁷. L'uomo non agisce soltanto in funzione del guadagno: fuori e dentro il mercato è spesso guidato da motivazioni diverse dal denaro. Egli dedica parte del suo tempo in attività che non hanno nulla a che vedere con il calcolo degli interessi e le stesse scelte che compie come consumatore sono spesso condizionate da convinzioni etiche, invece che dal solo profitto o dal semplice desiderio acquisitivo. Tuttavia il paradigma dell'interesse e dell'attore economico come “egoista razionale” continua a essere la visione standard, la concezione ritenuta più “realistica”, contro interpretazioni che sarebbero condizionate da ideali morali, da valori non universalizzabili e da precetti religiosi che appaiono come illusori, utopistici, se non addirittura ideologici. Che cosa anima questo paradosso per cui una visione che si vorrebbe la più realistica, finisce per rivelarsi astratta? Ma più radicalmente ancora, perché si continua a dare per scontato che solo l'interesse sia il “vero” motore dell'azione, tanto da godere di un “privilegio paradigmatico”, rispetto ad altre spiegazioni più articolate?

Per comprendere la questione è utile ricostruire brevemente da un punto di vista storico i motivi profondi della forza di attrazione che continua a suscitare una

¹⁶ S. CARUSO, *Homo oeconomicus*, ed. cit., p. 12

¹⁷ Per un quadro sintetico delle diverse critiche cfr. S. CARUSO, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 45-86.

spiegazione dell'azione basata sul comportamento autointeressato. È di grande aiuto in questo senso il contributo di Albert O. Hirschman, che in *The Passions and the Interests* (1977)¹⁸ mostra con chiarezza come l'utilizzo della meccanica degli interessi e la sua riduzione alla massimizzazione del profitto avessero rappresentato, fin dalla loro introduzione nel XVII secolo, una sincera istanza fenomenologica per descrivere e governare l'uomo "quale realmente è"¹⁹. In autori come La Rochefoucauld e Hobbes – argomenta Hirschman – diventa infatti chiaro che non è più possibile affidarsi alla morale filosofica e ai comandamenti religiosi per arginare le passioni distruttive che scuotono la convivenza sociale, ma occorre «configurare i modelli delle azioni umane con metodi più efficaci delle esortazioni moralistiche o delle minacce di dannazione»²⁰. A costituire questo modello alternativo fu appunto l'idea di interesse, come forza ordinata e calcolabile in grado di opporsi alle passioni sregolate. Quando un'azione è guidata dall'interesse, essa è prevedibile, perché ha un fine esplicito. La prevedibilità si traduce poi in costanza, per cui il ricorso all'interesse rappresenta un grande vantaggio epistemologico, dal momento che costituisce «una base realistica per dare alla società un ordine vivibile»²¹. Questo vantaggio diventa ancora più evidente quando l'interesse viene identificato con "l'amore per il denaro". L'avidità, in quanto passione per la ricchezza «è un vizio uniforme e trattabile; altri vizi intellettuali mutano secondo il mutare della mentalità degli individui [...], ma per accattivarsi un uomo avido c'è una strada aperta: dategli del denaro e niente vi sarà negato»²².

Il libro di Hirschman è dedicato a quello che si può considerare il periodo fondativo del capitalismo moderno (XVII-XVIII sec.) e non arriva all'epoca d'oro dell'*homo oeconomicus*. La sua articolata ricostruzione ci permette però di cogliere alcune delle ragioni originarie del successo del modello che diventerà maggioritario grazie all'economia neoclassica e all'intensificazione successiva. Concentrare l'attenzione sull'interesse e sul desiderio di guadagno come motivazione per l'azione permette infatti di evitare idealizzazioni illusorie e distorsioni prodotte da passioni incontrollabili. Tuttavia quando il riferimento alla figura dell'*homo oeconomicus* da semplice strumento epistemologico comincia a diventare una visione antropologica onnicomprensiva che dovrebbe spiegare non soltanto situazioni limitate della vita economica, ma l'intero comportamento sociale, l'istanza realistica di partenza si trasforma nel proprio contrario e si rivela così una promessa mancata. Non solo il comportamento umano non è guidato a senso unico dal calcolo di utilità, ma continuare ad utilizzare questo riferimento produce una "colonizzazione dell'immaginario", che agisce come profezia auto-avverantesi, piuttosto che come un reale modello esplicativo²³. Più l'applicazione della

¹⁸ A. HIRSCHMAN, *The Passions and the Interests. Political Arguments for Capitalism before his Triumph*, Princeton University Press, Princeton 1997 (ed. or. 1977); trad. it. S. Gorresio, *Le passioni e gli interessi. Argomenti politici in favore del capitalismo prima del suo trionfo*, Feltrinelli, Milano 2011.

¹⁹ A. HIRSCHMAN, *op. cit.*, pp. 12ss; it., pp. 17ss.

²⁰ Ivi, p. 15; it., p. 19.

²¹ Ivi, p. 48; it., p. 41.

²² Ivi, p. 55; it., p. 46. La citazione è tratta da una fiaba di Samuel Johnson dal titolo *Rasselas, principe di Abissinia*, in cui una dama di corte racconta la propria cattività.

²³ Si vedano al riguardo le interessanti osservazioni di J.T. GOUBOUT, *Ce qui circule entre nous. Donner, recevoir, rendre*, Seuil, Paris 2007, pp. 32ss.

logica dell'*homo oeconomicus* al comportamento umano si intensifica, più la sua capacità di interpretazione del reale si affievolisce e maggiore diventa il senso di disagio che si prova di fronte ad una visione così riduzionistica.

3. Dalla ridefinizione al superamento dell'*homo oeconomicus*

Sulla scia di questa consapevolezza si collocano i lavori che da alcuni decenni si impegnano a criticare la legittimità del modello dell'*homo oeconomicus* e a offrire una visione più articolata del comportamento economico. Non mi interessa qui tuttavia ricostruire nel dettaglio queste critiche, ma fare un passo successivo, cercando di vedere se esse riescano davvero ad affrontare il paradosso che abbiamo appena evidenziato. Per una più audace revisione critica del modello dominante non è sufficiente infatti delineare un'immagine più ricca e inclusiva dell'attore sociale. Anche gli economisti che fanno riferimento all'*homo oeconomicus*, almeno coloro che non ne sposano una versione “dura”, sono consapevoli che si tratta di un idealtipo che non ha una corrispondenza diretta nel comportamento reale²⁴. L'obiettivo deve essere un altro, ovvero analizzare e vagliare la tenuta della visione complessiva dell'umano su cui si fonda questa concezione.

Per comprendere la differenza tra le critiche che si limitano ad implementare il modello standard, affinché esso risulti più aderente alla realtà del comportamento degli attori sociali, e quelle che invece puntano ad una revisione più radicale dello stesso, mi soffermerò su tre esempi di critica all'*homo oeconomicus*. Nella ricostruzione sintetica di queste tre posizioni cercherò di mostrare perché soltanto impegnandosi sui presupposti antropologici del comportamento economico è possibile scalzare il “privilegio paradigmatico” della massimizzazione dell'interesse individuale.

3.1. *Homo oeconomicus maturus: Motivazioni intrinseche, motivazioni estrinseche*

Il primo esempio di critica è ben sintetizzato nel titolo del libro dell'economista austriaco Bruno Frey, *Not Just for the Money* (1997)²⁵. “Non solo per denaro” esprime icasticamente il fatto che, contrariamente alla logica classica dell'*homo oeconomicus*, l'uomo agisce e lavora non soltanto per incentivi monetari, ma anche spinto da un'articolata gamma di altre motivazioni. Frey, in linea con un'ampia letteratura²⁶, distingue tra motivazioni *estrinseche*, che si fondano su interventi esterni (retribuzione o regole imposte) e motivazioni *intrinseche* (il piacere che si prova a comportarsi in un determinato modo, la soddisfazione nel compiere uno specifico lavoro senza attendersi un compenso o senza essere obbligato da una regola). Ora, assegnare, come fa il modello standard, a tutte le motivazioni una connotazione estrinseca in termini monetari porta all'estromissione

²⁴ Cfr. S. CARUSO, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 34-35.

²⁵ B. FREY, *Not Just for Money. An Economic Theory of Personal Motivation*, E. Elgar Publishing, Cheltenham UK 1997; trad. it. M. Faillo, *Non solo per denaro*, Bruno Mondadori, Milano 2005.

²⁶ Dal punto di vista psicologico si veda ad esempio E.L. DECI, R.M. RYAN, *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior*, Plenum Press, New York 1985 e M.R. LEPPER, D. GREENE (a cura di), *The Hidden Cost of Reward. New Perspectives on the Psychology of Human Motivation*, Erlbaum, Hillsdale NY 1978. Osservazioni sintetiche si trovano anche in L. BECCHETTI, *op. cit.*, pp. 144ss.

delle motivazioni intrinseche, legate in senso lato al piacere e alla soddisfazione di vedere realizzata l'opera del proprio sforzo e del proprio ingegno.

A supporto della propria tesi Frey richiama il fatto, ben documentato dalla psicologia sociale, che «sotto particolari condizioni, il ricorso a compensi monetari (esterni) per incentivare lo svolgimento di un'attività può indurre, come conseguenza indiretta negativa, l'estromissione della motivazione intrinseca»²⁷. Si tratta del “costo latente del compenso” conosciuto come effetto *crowding-out*, tale per cui l'incentivazione economica viene percepita come una limitazione all'autodeterminazione e all'autostima. In determinate situazioni gli interventi esterni “spiazzano” le motivazioni intrinseche e quindi vengono interpretati come vincoli al comportamento piuttosto che come reali incentivi. Ma non basta, all'effetto *crowding-out* si associa poi un effetto *spill-over*, per cui l'incentivazione monetaria non solo diminuisce la motivazione intrinseca del lavoro a cui è applicata, ma si propaga anche ad altri lavori, restringendo le aree di attività gratuita.

Gli effetti delle interazioni tra motivazioni estrinseche e intrinseche non interessano soltanto in quanto capitoli di psicologia sociale ed economica, ma innanzitutto perché intaccano la concezione dell'uomo comunemente usata in economia. Essi permettono di elaborare un modello di comportamento umano più sofisticato dell'*homo oeconomicus* classico, modello che Frey chiama *homo oeconomicus maturus* (HOM)²⁸. Invece di limitare la motivazione al cosiddetto “effetto prezzo”, secondo cui un compenso monetario più alto produce maggiore attività, si tratta quindi di integrare nella dottrina economica una serie di elementi psicologici che permettano di arricchire il modello standard. La scelta di Frey è tuttavia ambigua: pur volendo evitare il rischio di una semplice giustapposizione degli effetti psicologici al modello dell'*homo oeconomicus*, finisce per non sottrarsi affatto a questo inconveniente. Egli infatti non tematizza i presupposti antropologici che sorreggono l'impostazione standard e sceglie esplicitamente un percorso di semplice integrazione piuttosto di affrontare la radice del problema. Tuttavia, senza intaccare l'immagine di fondo che si presuppone nell'analisi dell'attore economico, ogni tipo di integrazione risulta una sovrapposizione priva di organicità. Emblematica è in questo senso la conclusione a cui giunge il lavoro: l'idea di ricercare un'immagine antropologica “onnicomprensiva”, che combini le diverse dimensioni del comportamento umano (economica, sociologica, psicologica, politica e biologica) è secondo Frey impossibile da realizzare e «nei fatti si traduce in un semplice gioco di parole»²⁹.

3.2. Oltre l'individualismo: la dimensione relazionale dell'economia

L'esigenza di inserire il comportamento economico in una visione antropologica più complessiva è invece l'orizzonte all'interno di cui lavorano molti programmi di ricerca delle cosiddette “nuove economie”³⁰, nelle quali centrale diventa la dimensione relazionale dell'attore sociale. Questa direzione di ricerca trova una formulazione

²⁷ B. FREY, *op. cit.*, pp. 14-15 ; it., p. 16.

²⁸ Ivi, pp. 118-125; it., pp. 136-145.

²⁹ Ivi, p. 124; it., p. 143.

³⁰ Cfr. per una introduzione sintetica a questi nuovi percorsi R. VIALE (a cura di), *Le nuove economie. Dall'economia evolutiva a quella cognitiva: oltre i fallimenti della teoria neoclassica*, Ed. Il Sole 24 ore, Milano 2005.

particolarmente organica nella riscoperta e nella riattualizzazione della tradizione dell’“economia civile” italiana, promossa da autori come Stefano Zamagni e Luigino Bruni³¹. La visione “civile” dell’economia affonda le proprie radici nell’umanesimo del Quattrocento e nell’illuminismo italiano di scuola milanese (Verri, Beccaria) e napoletana (Genovesi, Galiani). Essa si propone come una concezione alternativa sia all’estensione senza limiti dei mercati e della logica dell’efficienza, sia alla critica radicale del mercato in quanto luogo dello sfruttamento e della sopraffazione del debole³². Entrambe queste posizioni presuppongono infatti una frattura tra economia e vita sociale, perché pensano il sociale come un ambito *a latere* del mercato³³. L’economia civile intende invece inserire la socialità all’interno del mercato, cioè interpretare le forme altre rispetto al semplice profitto o allo scambio di equivalenti, come elementi altrettanto costitutivi della vita economica.

Questo cambiamento della concezione di mercato ci interessa qui perché implica una trasformazione altrettanto radicale della visione antropologica dell’agente economico. La separazione tra mercato e socialità è infatti un portato della logica dell’*homo oeconomicus*, il cui individualismo metodologico semplicemente rendeva inconcepibile la relazione al di fuori dello scambio di equivalenti. «Il fatto è – spiegano Zamagni e Bruni – che tale tipo di uomo è l’identikit perfetto dell’idiota sociale: un soggetto così completamente preso dal perseguimento razionale della sua utilità da non rendersi conto che, per raggiungere tale scopo, deve manipolare, sistematicamente e esplicitamente, i comportamenti e le scelte degli altri soggetti, e andar contro, alla fine, alla stessa possibilità di conseguimento dei propri interessi»³⁴.

Fuori dall’astrazione dottrinale l’economia è innanzitutto una questione di interazione tra uomini in carne ed ossa, con il loro patrimonio di motivazioni, di aspettative, di desideri, di valori. Limitare questa pluridimensionalità dell’umano alla sola dimensione dell’interesse significa elidere la questione dell’identità concreta degli attori sociali. Ecco perché non è sufficiente un’integrazione all’*homo oeconomicus*, ma occorre un approccio più radicale. Il programma di ricerca dell’economia civile appare da questo punto di vista particolarmente fecondo perché, pur partendo da una critica dell’economicismo imperante, non lavora in alternativa al mercato e all’economico, ma punta a reinserire quest’ultimo in una visione meno riduttiva dell’umano. Questo è evidente nella scelta di fare della relazione l’essenza stessa dell’uomo, in linea con le riflessioni più attente della filosofia contemporanea³⁵. Invece di limitarsi a studiare il rapporto tra il soggetto

³¹ Sulla riscoperta e attualizzazione dell’economia civile la letteratura è ormai molto ampia. Mi limito a ricordare P.L. SACCO, S. ZAMAGNI (a cura di), *Complessità Relazionale e Comportamento Economico*, Il Mulino, Bologna 2002; L. BRUNI, S. ZAMAGNI, *Economia civile. Efficienza, equità, felicità pubblica*, Il Mulino, Bologna 2004; L. BRUNI, S. ZAMAGNI (a cura di), *Dizionario di Economia Civile*, Città Nuova, Roma 2009; L. BRUNI, *L’impresa Civile*, Università Bocconi Editore, Milano 2009.

³² Cfr. S. ZAMAGNI, *L’economia civile e i beni relazionali*, in R. VIALE (a cura di), *Le nuove economie*, ed. cit., pp. 157-158.

³³ Cfr. C. MONTESI, *Impresa civile, bene comune, tempi di vita e di lavoro*, in P. GRASSELLI (a cura di), *L’impresa e la sfida del bene comune*, Franco Angeli, Milano 2011, pp. 123-146, in particolare p. 75.

³⁴ L. BRUNI, S. ZAMAGNI, *Economia civile*, ed. cit., p. 149.

³⁵ Si pensi a titolo d’esempio alla filosofia di Luigi Pareyson a cui Bruni e Zamagni fanno esplicito riferimento.

(lavoratore e consumatore) e i beni o servizi che possono essere acquisiti e prodotti, l'economia civile invita ad occuparsi dei nuovi bisogni legati alla dimensione espressiva e simbolica, riconoscendo che le relazioni stesse sono una categoria di beni la cui circolazione fuori e dentro il mercato è essenziale per esprimere le identità³⁶. Valorizzare i "beni relazionali" significa allora dare spazio alla reciprocità in senso simbolico e più in generale a quella dimensione "intangibile" che consiste nell'insieme dei rapporti che emergono da soggetti orientati alla produzione e fruizione condivisa di beni che non potrebbero essere ottenuti in maniera diversa.

3.3. Oltre l'utilità: la questione del dono

Una seconda direzione di ricerca in grado di offrire un programma promettente di ripensamento dell'*homo oeconomicus* emerge nell'ampia riabilitazione del tema del dono che si registra nel dibattito contemporaneo. L'orizzonte di partenza è anche in questo caso, come nell'economia civile, la riscoperta del nesso tra economia e società, e l'esigenza, di cui si era fatto portatore già Karl Polanyi, di "reinserire" la riflessione economica nel labirinto delle interazioni sociali³⁷. Tuttavia la riflessione sorta intorno alla categoria del dono contiene al proprio interno un'istanza ancora più radicale di revisione critica perché contesta direttamente l'unilateralità del modello del comportamento auto-interessato come unica forma di azione veramente razionale e quindi autenticamente umana.

La costellazione di contributi al riguardo è ormai sterminata e coinvolge diverse discipline per cui non avrebbe senso cercare di restituirne il senso in poche righe³⁸. Vale la pena tuttavia richiamare l'orizzonte antropologico che apre una riflessione in grado di dialettizzare le visioni sostantive dell'*homo oeconomicus*, secondo cui la meccanica dell'interesse utilitaristico è l'unica essenza "realistica" dell'umano, con la rilevanza sempre maggiore di pratiche la cui motivazione non è il guadagno (come il volontariato, le aziende non profit, la cooperazione, ecc.). L'esistenza di queste pratiche è la migliore confutazione del riduzionismo economicistico, ma essa non può limitarsi ad essere una compensazione delle distorsioni etiche del mercato, bensì deve sollecitare una riflessione sul significato che esse hanno per la realtà dell'economico. Pensare a fondo il dono non può significare né pensarlo unicamente in alternativa allo scambio, come un puro gesto di oblatività gratuita, né ricondurlo semplicemente a una forma di azione interessata, perché determinata in ultimo dal ritorno che ne può derivare³⁹. Entrambe queste prospettive risultano ancora interne al paradigma dominante perché interpretano l'agire donativo soltanto a partire dai beni che circolano e dal rapporto più o meno interessato

³⁶ Cfr. S. ZAMAGNI, *L'economia civile e i beni relazionali*, ed. cit., p. 156.

³⁷ Si veda per esempio K. POLANYI, *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Times*, Rinehart & Co, New York-Toronto 1944, pp. 46-47; trad. it. R. Vigevani, *La grande trasformazione. Le origini economiche e politiche della nostra epoca*, Einaudi, Torino 2010, pp. 61-62.

³⁸ Per un panoramica si vedano tra gli altri A. CAILLÉ, *Don, intérêt et désintéressement. Bourdieu, Mauss, Platon et quelques autres*, La Découvert, Paris 1991; S. LABATE, *La verità buona. Senso e figure del dono nel pensiero contemporaneo*, Cittadella, Assisi 2004; S. ZANARDO, *Il legame del dono*, Vita e Pensiero, Milano 2007.

³⁹ Un'impostazione interessante in questo senso è quella proposta in P.A. SEQUERI, *Fedeli allo spirito*, Glossa, Milano 2001, pp. 79-114.

che chi dona intrattiene con essi. E così facendo tutte e due finiscono per negare in ultimo la stessa “realtà” del dono. Paradossalmente una posizione come quella di Jacques Derrida secondo cui l'autentico dono è di necessità totalmente invisibile⁴⁰, perché solo così l'atto del dare è realmente disinteressato e l'atto del ricevere non produce un vincolo a ricambiare, rende il dono impossibile allo stesso modo di chi pensa che ogni esperienza di donazione non sia altro che uno scambio di equivalenti camuffato.

Solo l'uscita da questa falsa alternativa apre ad un percorso che contiene autentiche potenzialità per il nostro discorso. Essa permette di cogliere che il dono «è necessariamente destinato ad instaurare un *libero legame di corrispondenza*»⁴¹, cioè indirizza a pensare il senso della relazione economica non soltanto come una circolazione di beni materiali da considerare per il loro valore d'uso e valore di scambio, ma più profondamente, secondo l'espressione di Alain Caillé e Jacques Godbout, come una circolazione di beni simbolici, rilevanti innanzitutto per il “valore di legame” che essi generano⁴². Il “valore di legame” si coglie però soltanto se l'attore economico non è più unicamente interessato alle cose che circolano, ma al senso stesso della relazione che la circolazione instaura. È su questa base che si può operare il cambio di paradigma a cui lavorano da più di un trentennio gli esponenti del M.A.U.S.S, un movimento che ha fatto della critica all'utilitarismo dell'*homo oeconomicus* la propria bandiera. Gli stessi Caillé e Godbout, due dei principali teorici del M.A.U.S.S, hanno mostrato nei loro scritti come si possa parlare di un cambio di paradigma soltanto contestando alla radice il modello dominante dell'attore economico e non semplicemente correggendolo nelle sue radicalizzazioni. Se, come già aveva affermato Marcel Mauss, il dono è un “fenomeno sociale totale”, allora la meccanica degli interessi utilitaristici non può pretendere la valenza onnicomprensiva che le viene attribuita dall'economicismo contemporaneo. Allo stesso tempo però l'uscita dall'utilitarismo non significa l'irrilevanza dell'interesse, quanto piuttosto una sua reinterpretazione. Nel dono l'attore sociale non è semplicemente “disinteressato”, perché ogni azione donativa è “interessata” a stabilire un rapporto, un legame vissuto e non solo a conseguire dei beni massimizzando il profitto come vuole la logica utilitaristica.

La ricerca del M.A.U.S.S., pur non essendo esente da critiche per l'eccessivo ottimismo che alcune volte dimostra⁴³, indirizza allora a un ripensamento delle strutture profonde del comportamento economico. Il suo contributo, come anche quello dell'economia civile, lascia intravedere un percorso promettente di integrazione delle scienze sociali con una riflessione antropologico-fondamentale in grado di contaminare i diversi saperi, per restituire, anche in campo economico, una figura dell'umano meno asfittica e riduttiva di quella presupposta dalla logica dell'*homo oeconomicus*.

⁴⁰ Cfr. J. DERRIDA, *Donner le temps. 1. La fausse monnaie*, Galilée, Paris 1991; trad. it. G. Berto, *Donare il tempo. La moneta falsa*, Raffaello Cortina, Milano 1996.

⁴¹ P.A. SEQUERI, *op. cit.*, p. 83.

⁴² A. CAILLÉ, J. GODBOUT, *L'esprit du don*, Éd. la Découverte, Paris 1992, pp. 244-245.

⁴³ Cfr. ad esempio S. CARUSO, *Homo oeconomicus*, ed. cit., pp. 62-66.