

## *Lo strano caso del Dr. Jekyll e di Mr Hyde in Economia*

Cristina Montesi\*

### **1. Responsabilità sociale e responsabilità civile di impresa**

La conciliazione tra economia e società, che rappresenta attualmente la frontiera più avanzata nell'evoluzione strategica delle imprese, trova compimento nelle imprese *civili*<sup>1</sup>, ovvero in tutte quelle imprese che sono in grado di “*costruire una cittadinanza di impresa (corporate citizen) senza distruggere il tessuto civile entro il quale l'impresa opera*”<sup>2</sup>.

L'impresa civile può essere concepita come una *comunità sociale*, dato che il suo operare è frutto di attività *cooperativa* tra determinate persone dentro e fuori l'impresa (dipendenti, clienti, fornitori, ecc.), che dovrebbe operare in accordo con altre comunità che sono al di fuori di essa: le famiglie dei propri dipendenti e la comunità locale (ecco perché essa ha di norma particolarmente a cuore le politiche di conciliazione famiglia-lavoro). Da questa particolare concezione di impresa deriva che il bene dell'impresa non si esaurisce solo nel profitto (che comunque richiede unità di intenti tra imprenditore e lavoratori e quindi *relazioni sociali cooperative e fiduciarie* che fondano e cementano, attraverso tutte quelle *virtù che promuovono socievolezza*<sup>3</sup> ed attraverso *doni relazionali* effettuati all'insegna della reciprocità<sup>4</sup>, la *cittadinanza di impresa*), ma discende che il bene dell'impresa include anche il benessere dei suoi dipendenti e dei membri della comunità locale (benessere che si può raggiungere solo tramite la ricomposizione dell'artificiosa separazione tra impresa e società). Il bene dell'impresa (concepito, tra l'altro, in senso più olistico) non è quindi disgiunto dal bene comune.

Le *imprese civili* sono allora quelle imprese che, pur rispettando il vincolo del profitto, sono orientate al *bene comune*<sup>5</sup>, ovvero ad una responsabilità *civile* di impresa, missione che va ben oltre la responsabilità *sociale* di un'impresa, il *paternalismo* di impresa, il *mercantilismo* di impresa, la *filantropia* di impresa. Per le imprese *civili* il profitto non è il fine in sé dell'attività aziendale, ma è solo il vincolo a cui le imprese devono sottostare per continuare a stare sul mercato e condurre la loro attività industriale, che è invece lo scopo vero

---

<sup>1</sup> Sull'impresa civile cfr. Bruni (2009).

<sup>2</sup> Cfr. Montesi (2009), p.136.

<sup>3</sup> Sono tutte quelle virtù, già essenziali al *vivere civile* in ambito comunitario, che rafforzano i rapporti di lavoro, di squadra, di mercato come ad esempio tutte le virtù del dare, le virtù del ricevere, la fratellanza, l'amabilità, l'amicizia, la serietà, l'onestà, la mitezza. Vedi Montesi (2009), pp.136-137.

<sup>4</sup> Sul ruolo dei doni nell'impresa che sono all'opera all'interno del suo capitale umano, organizzativo, relazionale, e che incidono sulla capacità competitiva dell'impresa vedi Montesi (2008), pp.95-99.

<sup>5</sup> Tra le imprese civili rientrano quindi non solo le imprese non profit (le cooperative sociali) e le imprese cooperative che, date le loro caratteristiche istituzionali, non perseguono i loro obiettivi tramite il principio dello scambio di equivalenti, ma attraverso una serie di principi partecipativi che fanno leva su meccanismi di reciprocità e di democraticità, ma anche tutte le imprese *profit* con una propensione al bene comune. Tra le imprese civili è bene ricordare, come particolarmente emblematiche per il loro tentativo di umanizzare l'economia, le imprese dell'Economia di Comunione, le imprese del commercio equo e solidale, le banche di microcredito.

dell'impresa, consentendo a tutti coloro che vi sono coinvolti, direttamente o indirettamente, di *vivere una vita buona* in senso aristotelico. *Quindi è civile l'impresa che realizza un progetto industriale, sotto vincoli di efficienza, senza separare la vita economica dalla vita civile (condotta in famiglia e nella società)*. Se non c'è frattura tra economia e società *la responsabilità dell'impresa verso gli altri* (il farsi carico di esigenze della società civile ed il tenere conto degli interessi di altri stakeholder) è dunque strettamente intrecciata all'attività industriale e, come essa, *è allora un fine in sé*. Se non c'è dicotomia, dono e reciprocità, che caratterizzano il funzionamento della famiglia e della società, pervadono allora anche il funzionamento del mercato e dell'impresa facendo diventare *civile* l'economia<sup>6</sup>. Reciprocità e dono entrano dunque in gioco all'interno della normale attività del mercato, né a latere (ovvero nel settore non profit come eccezione al mercato), né dopo (ovvero a valle della creazione di ricchezza da parte del mercato per correggere, con la *filantropia*, le disuguaglianze congiuntamente all'azione redistributiva del Welfare State)<sup>7</sup>. Questa è una prospettiva ben diversa dalla visione dell'economia neoclassica che propugna che il profitto è il vero fine aziendale dell'*impresa mercantilista* (e l'attività aziendale è solo lo strumento per realizzarlo), che esso va perseguito nel mercato (che è un ambito *nettamente separato dalla società* caratterizzato da relazioni anonime ed autointeressate), che esso va ricercato indipendentemente da considerazioni etiche (il bene dell'impresa -il profitto- è quindi autonomo dal bene comune che è involontario ed inconoscibile a priori<sup>8</sup>) o tutt'al più va conseguito sotto il vincolo del rispetto di certi standard sociali ed etici minimi, che sono osservati con insofferenza dall'impresa in quanto vissuti solo come fonte di costi. In questo quadro *la responsabilità sociale dell'impresa è solo un vincolo al conseguimento del profitto*.

Ma vi è anche un'altra differenza tra responsabilità civile e sociale di impresa. La responsabilità *civile* si fonda sul *mutuo riconoscimento* tra impresa e stakeholder (Honneth, 2002). Da un lato l'impresa riconosce che senza il contributo degli individui, delle loro famiglie, della comunità locale, essa non potrebbe né esistere né prosperare; dall'altro gli individui e le famiglie sono consapevoli del ruolo svolto dall'impresa come datore di lavoro, promotore dello sviluppo del territorio, levatrice delle loro capacità. La relazione è quindi bi-direzionale e si tinge di eticità per il *reciproco riconoscimento* dell'Altro, che non solo ha un suo valore intrinseco, ma è anche indispensabile ai fini dell'esistenza stessa del soggetto e della costruzione della sua identità. La relazione si colora di eticità anche per *l'attenzione reciproca al bene dell'Altro* (l'Altro deve star bene perché possa fiorire anche io). La responsabilità *sociale* di impresa si fonda invece, secondo alcune interpretazioni, su di un *contratto sociale* rawlsiano stipulato, sotto un "velo di ignoranza", tra l'impresa ed i vari stakeholder (in primis gli azionisti e i dipendenti e poi anche altri soggetti come i clienti, i fornitori, la comunità locale, ecc.)<sup>9</sup>. L'impresa incorpora, tramite questo *contratto*, nella sua strategia gli interessi e le preoccupazioni di altri soggetti gettando così un ponte verso la società<sup>10</sup>, ma questa presa in carico avviene

<sup>6</sup> Cfr. Montesi (2008), pp.90-95.

<sup>7</sup> Cfr. Montesi (2011b), p.75.

<sup>8</sup> "In questa cornice teorica il bene comune si riduce ad essere la risultanza non intenzionale di azioni individuali, ciascuna finalizzata ad ottenere il meglio per sé (la "mano invisibile" di Adam Smith). Il bene comune è ignoto, è il risultato dell'agire della concorrenza intesa come una *discovery procedure*" (Montesi, 2009, p.133).

<sup>9</sup> Cfr. Sacconi (2005).

<sup>10</sup> In questa accezione la responsabilità sociale diventa "un *modello di governance allargata* dell'impresa, in base al quale chi governa l'impresa ha responsabilità che si estendono dall'osservanza dei doveri fiduciari nei riguardi della proprietà e dei dipendenti ad analoghi doveri fiduciari nei riguardi, in generale, di *tutti* gli stakeholder" (cfr. Sacconi,

non tanto per il riconoscimento del valore in sé dell'Altro e della sua indispensabilità per il rapporto (ovvero in un'ottica relazionale)<sup>11</sup>, ma per ottemperanza alla legge o per pressione esterne provenienti dalla "voice" di consumatori critici e responsabili o per convenienza o per motivi di marketing e reputazione (ovvero in un'ottica che rimane *individualista* -non si crea relazione *personale* perché la relazione *contrattuale*, come quella di mercato che viaggia sul sistema dei prezzi, è anonima ed anaffettiva- ed *autointeressata* perché solo strumentale). La conciliazione tra impresa e società è solo illusoria, in realtà l'impresa rimane impermeabile alla relazione con l'Altro, come accade nella visione neoclassica che la raffigura come una "black box". Quindi le imprese che abbracciano la responsabilità *sociale* sono ben diverse da quelle che praticano quella *civile*, ma sono comunque tutte da preferire alle imprese irresponsabili. Ma le imprese di responsabilità civile e quelle di responsabilità sociale sono a loro volta differenti dalle imprese *paternaliste* o *filantrope*. Queste ultime due si prendono cura degli Altri non in base a motivazioni intrinseche che contaminano il mercato (come nel caso delle imprese civili) o in base ad un contratto sociale (come nel caso delle imprese di responsabilità sociale), ma in base all'*etica individuale* dell'imprenditore, che nel caso dell'impresa filantropica può essere esperita solo fuori dal business (ovvero in campo sociale che rimane l'unico regno di possibile esercizio delle virtù) e soltanto dopo che il business ha prodotto ricchezza (per ridistribuirne benevolmente una parte), essendo mercato e società considerate come due sfere nettamente separate e dovendo l'impresa preoccuparsi nel mercato esclusivamente di fare profitti. Nel caso dell'impresa paternalista l'etica individuale dell'imprenditore lavora anch'essa a latere di quella economica e di quella legale (essendo comunque prioritario il fare profitti seppur nel rispetto delle leggi), è centripeta (rivolta solo ai dipendenti dell'impresa e non a soggetti esterni), mette al centro il rispetto della dignità dei dipendenti con cui l'imprenditore, che li tratta benevolmente come se fossero dei figli, intrattiene una relazione di autorità, basata sulla esemplarità del suo ruolo e sul suo alto senso del dovere, ma è improntata a discrezionalità.

## 2. Gli ostacoli che si frappongono alla ricongiunzione tra economia e società

La ricongiunzione tra economia e società è resa difficile dal fatto che le relazioni sono state espulse dalla teoria economica tradizionale basata sul paradigma dell'"*homo oeconomicus*", irrealisticamente dipinto come un agente solo individualista (*refrattario alle relazioni personali, affettive ed empatiche*) ed unicamente egoista (*massimizzatore della utilità individuale*). Un soggetto sostanzialmente analfabeta in campo emotivo ed incapace di pratiche donative.

Bisogna però capire perché all'economia sono più funzionali, solo relazioni anonime, istantanee, auto-interessate. I motivi dell'ostracismo della dimensione relazionale dall'economia sono diversi. Il fatto di postulare che l'agente economico intrattenga con gli altri solo relazioni anonime ed impersonali, ovvero che sia un soggetto *individualista*, presenta un'indubitabile vantaggio: minimizzare l'importanza dei legami sociali all'interno delle transazioni economiche consente di poterle eseguire con maggiore velocità ed efficienza. In

---

2005, p.112). Con il *contratto sociale* rawlsiano, tipico strumento del mercato, l'impresa viene a patti, su di un piano di uguaglianza, con tanti stakeholder, senza però alcun guadagno di socievolezza. Il contratto rimane infatti impersonale con il vantaggio però di esorcizzare la fragilità dei beni relazionali. Cfr. Nussbaum (1996).

<sup>11</sup> In questo senso l'Altro è al tempo stesso fine in sé e mezzo per l'attività imprenditoriale.

assenza di vincoli personali sussiste infatti maggiore libertà di entrata ed uscita dal contratto (quello che Hirschman chiama il principio di *exit*) in nome del perseguimento di una sempre maggiore efficienza, a differenza di quanto accade nella sfera della socialità primaria (in famiglia ad esempio) dove i partners non si scelgono liberamente e la possibilità di rompere il rapporto è più difficile dato che vige il principio della fedeltà (*loyalty*) (Hirschman, 2002).

Il fatto di ipotizzare che l'agente economico sia *egoista* (e quindi refrattario ai doni) ha il pregio di espellere, ancora una volta, la dimensione relazionale in economia (dato che il dono, almeno quello fatto all'insegna della reciprocità, costruisce legame sociale) potendo così trasformare la scienza economica da scienza *sociale* a scienza *naturale* con un guadagno in oggettività e rigorosità (Zamagni, 2007). Nell'ambito di una scienza così riconcettualizzata si possono infatti finalmente rinvenire delle leggi universali, impersonali, astratte ed eterne di funzionamento dell'economia in base alle quali poter addirittura prevedere il futuro. Le conseguenze positive del passaggio dalla *Political Economy* alla *Economic Science* sono state il rinvenimento di alcune di queste leggi e la stilizzazione dei fatti economici in modelli matematici di validità generale. Le conseguenze negative sono state l'eccessiva matematizzazione della scienza economica (tendenza che si è esasperata specialmente in questi ultimi anni) che ha finito per trascurare, in nome della quantità, gli aspetti qualitativi dei fenomeni economici e la loro dimensione istituzionale e relazionale, la prevalenza del metodo sui contenuti, l'eccessivo riduzionismo<sup>12</sup>. Sono stati sviscerati i rapporti tra gli uomini e le cose e tra gli uomini ed i mezzi di produzione (entrambi esprimibili attraverso rispettivamente le funzioni matematiche di utilità e di produzione), mentre i rapporti tra gli uomini, più difficilmente raffigurabili in termini algoritmici, sono stati dimenticati. In tal modo è stata sancita la fine dell'economia come scienza della "felicità pubblica" in auge nel Settecento (dato che la felicità dipende, tra altri fattori, anche dalle *relazioni* tra persone<sup>13</sup>) e celebrato l'avvento dell'economia come scienza "triste" che si deve occupare solo di "ricchezza delle nazioni" (nel pensiero di Smith), di "piacere individuale" (nel pensiero di Bentham), di "utilità individuale" (nel pensiero degli economisti neoclassici). Dalla ricerca di benessere (non solo economico) in una dimensione comunitaria l'economia è stata così sospinta dagli economisti neoclassici del Novecento ad occuparsi di benessere solo *materiale* a livello oltretutto *individuale*. L'entrata in scena del paradigma dell'"*homo oeconomicus*" ha collimato dunque con il tramonto in un solo colpo della felicità, del dono ed anche delle donne dall'orizzonte dell'economia (tanto più che in esse l'attitudine alla relazionalità è più pronunciata che negli uomini e che esse incarnano simbolicamente e praticano per antonomasia il paradigma del dono). Le conseguenze pratiche del crepuscolo dei beni relazionali in economia sono state l'insostenibilità economica, sociale, ambientale dell'attuale modello di crescita (inclusa la tragedia dei beni comuni) anche se la crisi economica in atto e tutto il recente lavoro scientifico di valorizzazione della prospettiva relazionale in economia<sup>14</sup> costituiscono rispettivamente un'occasione ed uno strumento per rimettere in discussione l'ordine dato.

---

<sup>12</sup> Cfr. Sen (1987), pp.7-10.

<sup>13</sup> Cfr. Melasecche, Montesi, Terenziani (2010).

<sup>14</sup> Cfr. Bruni (2010), Bruni e Zamagni (2004 e 2009), Sacco e Zamagni (2002 e 2007), Gui e Sudgen (2005), Zamagni (2007), Becchetti (2009), Becchetti, Bruni e Zamagni (2010), Grasselli (2005; 2007; 2009; 2011), Grasselli e Moschini (2007), Grasselli e Montesi (2008 e 2010).

### 3. Tornare ad Adam Smith per risolvere lo strano caso del Dr. Jekyll e Mr. Hyde in economia

Per tentare di ricomporre ab origine la frattura tra società e mercato, con una chiave di lettura basata sulla idea di una possibile fertilizzazione incrociata tra le due sfere, può essere di aiuto ritornare alle radici stesse dell'*Economia Politica*. Si può ritrovare traccia della *empatia* (sentire con) in campo economico ritornando alle origini, ovvero ritornando ad Adam Smith, padre dell'economia politica, ma anche filosofo morale. Le due opere *Teoria dei sentimenti morali* (1759) e *Indagine sulla natura e sulle cause della ricchezza delle nazioni* (1776) possono essere lette in chiave di complementarità e non di contrapposizione<sup>15</sup>, così come fanno sia gli ultra-liberisti (George Stigler) sia gli oppositori più estremi del mercato (Serge Latouche, il teorico della decrescita, intravede in Smith la stessa personalità schizofrenica del Dott. Jekyll e Mr. Hyde del romanzo di Stevenson)<sup>16</sup>. La *Teoria dei sentimenti morali* è propedeutica alla *Ricchezza della nazioni* non tanto perchè scritta effettivamente prima, quanto logicamente. Ed anche se Smith non era arrivato a sostenere esplicitamente, come invece avevano fatto gli economisti civili settecenteschi suoi contemporanei, che la reciprocità è alla base non solo della società, ma anche del mercato<sup>17</sup>, tuttavia nella *Teoria dei sentimenti morali* egli si pone prioritariamente il problema del buon funzionamento della società civile prima di procedere ad analizzare, nella *Ricchezza della nazioni*, quello del mercato, come se avesse intuito la possibile fertilizzazione del mercato da parte della società, senza però portare pienamente a compimento questo percorso teorico.

Inoltre nella *Teoria dei sentimenti morali* Smith propugna una antropologia incentrata sulla socialità, esaltando la *simpatia*, ovvero la capacità di immedesimarsi negli altri, come il fondamento morale dell'individuo e della società<sup>18</sup>. Il suo modello di uomo non è affatto individualista, né egoista, come si desume dall'incipit dell'opera<sup>19</sup>:

*“Per quanto l'uomo possa essere supposto egoista, vi sono evidentemente alcuni principi nella sua natura che lo inducono ad interessarsi alla sorte altrui e gli rendono necessaria l'altrui felicità, sebbene egli non ne ricavi alcunché, eccetto il piacere di constatarla”.*

In aggiunta alla funzione catalizzatrice della simpatia, vi sono secondo Smith anche delle virtù che fungono da lubrificante degli ingranaggi della società. Tra le possibili virtù “cooperative” compaiano in posizione

---

<sup>15</sup> Cfr. Sen (1987), Roncaglia (2003), Cockfield G., Firth A., Laurent J. (2007).

<sup>16</sup> Cfr. Latouche (2010), pp.183-219.

<sup>17</sup> Secondo gli economisti *civili* dell'Illuminismo milanese e napoletano italiano ed i loro scopritori (Bruni, Porta, Zamagni) ciò che edifica la città –ovvero i legami sociali fiduciosi tra persone- erige anche il mercato. Ad analoghe conclusioni sono giunti anche tutti i teorici della *costruzione sociale del mercato* e gli esponenti del MAUSS (*Movimento Antiutilitarista delle Scienze Sociali*). Ma una buona coesione sociale non è importante solo per l'avvento del mercato, ma anche per il suo fluido funzionamento. Senza la fiducia, che si accresce con l'interazione ripetuta tra individui, gli scambi esigono più elevati costi di transazione (posizione propugnata anche dagli scopritori dell'importanza del *capitale sociale* in economia, pur nella grande varietà delle sue possibili accezioni). Una buona coesione sociale rimedia pure ai fallimenti del mercato dato che essa può intervenire per prevenire o sanare, attraverso le *virtù civili e del dare* l'inceppamento del mercato dovuto, ad esempio, ad asimmetrie informative, all'incertezza, all'incompletezza contrattuale, alla presenza di beni pubblici o di beni comuni locali e/o globali.

<sup>18</sup> Con il termine *sympathy* Adam Smith intende in realtà l'*empatia*, ovvero la capacità dei propri sentimenti di essere modificati da quelli (sia di gioia che di dolore) altrui. Smith fa riferimento più che altro alla capacità di un individuo di entrare in risonanza con un altro individuo.

<sup>19</sup> Cfr. Smith (1991), p.5.

preminente proprio le virtù del dare (*giustizia e generosità* con il primato della prima sulla seconda<sup>20</sup>) e le virtù del ricevere (la *gratitudine*)<sup>21</sup>. La *prudenza* trova feconda applicazione sia in campo sociale che economico<sup>22</sup>.

Tutta questa visione relazionale dell'uomo è stata occultata da coloro che interpretano, sia da destra che da sinistra, Smith soltanto come paladino del liberismo selvaggio e che vedono la *Teoria dei sentimenti morali* e la *Ricchezza della nazioni* come due opere separate e profondamente in contraddizione tra loro. Il passaggio della *Ricchezza della nazioni* più citato, in modo strumentale, al riguardo è il seguente<sup>23</sup>:

*“Non è certo dalla benevolenza del macellaio, del birraio o del fornaio che ci aspettiamo il nostro pranzo, ma dal fatto che essi hanno cura del proprio interesse. Noi non ci rivolgiamo alla loro umanità, ma al loro egoismo e con loro non parliamo mai delle nostre necessità, ma dei loro vantaggi”*.

George Stigler ha interpretato l'interesse privato smithiano contenuto in questa frase in senso assai restrittivo, ovvero come *egoismo* (*selfishness*) anziché come *interesse personale* (*self-interest*), cioè *come attenzione ai propri interessi moderata dal riconoscimento degli interessi altrui*<sup>24</sup>. La parola interesse deriva d'altro canto dal latino “inter-esse” che significa “stare tra”.

In realtà l'enfasi sull'egoismo e sull'interesse personale era dovuto al fatto che Smith doveva ricercare e giustificare le motivazioni dell'agire umano in campo economico (il brano va dunque contestualizzato: appartiene al capitolo della *Ricchezza della nazioni* dedicato al “principio che dà origine alla divisione del lavoro”), anche se nella *Teoria dei sentimenti morali* si era affannato a dimostrare che le pulsioni altruistiche sono altrettanto originarie e presenti nelle persone<sup>25</sup>. L'esaltazione dell'individuo e della sua libertà di iniziativa, che avviene in altri passi della *Ricchezza della nazioni*, era la reazione fisiologica all'assenza di libertà delle società precedenti (schiavistiche e feudali) e la celebrazione delle virtù della concorrenza era un'ovvia risposta al capitalismo avventuriero-irrazionale del passato che, per realizzare i guadagni, si basava sul ricorso alla violenza o alla politica (con l'imposizione di barriere amministrative e commerciali, con la creazione per legge di monopoli, etc).

In aggiunta a queste considerazioni che stemperano la visione di Smith come guru soltanto dell'egoismo, si può osservare che il soggetto smithiano è comunque assai diverso dalla monade chiusa dell'homo oeconomicus frutto dell'individualismo metodologico dell'economia neoclassica: è infatti un soggetto *più in relazione* con il prossimo in quanto si preoccupa dell'essere ammirato ed emulato dagli altri<sup>26</sup>. *In pratica è un soggetto costantemente a caccia di riconoscimento*, anche se questo non si traduce solo in ricerca conformistica della approvazione altrui sulla spinta esclusiva della vanità. L'homo smithiano agisce infatti per essere apprezzabile ai suoi stessi occhi, non solo a quelli degli altri, guidato anche dal rispetto di sé e

<sup>20</sup> Cfr. Smith (1991), pp.104-106.

<sup>21</sup> Cfr. Smith (1991), p.306.

<sup>22</sup> Cfr. Smith (1991), pp.289-294.

<sup>23</sup> Cfr. Smith (1977), p.18. Sul metodo distorsivo dell'“economia per frammenti” vedi Sen (1987), p.28.

<sup>24</sup> Per questa critica a Stigler cfr. Roncaglia (2003), p.137. Anche secondo Emma Rothschild la vita economica per Adam Smith è un “luogo di emozioni calde e discorsive” e non di freddo egoismo. Cfr. Rothschild (2003), p.41.

<sup>25</sup> L'economista A.Sen rimarca infatti come l'interesse personale non sia per Adam Smith l'unico movente dell'azione umana che può invece essere guidata anche da *sentimenti* (bontà, simpatia), *virtù* (generosità, giustizia, prudenza), *senso civico, convenzioni sociali*. Cfr. Sen (2010), pp.196-198.

<sup>26</sup> Cfr. Smith (1991), pp.154-155.

dalla salvaguardia della propria dignità<sup>27</sup>. Smith infatti distingue nitidamente tra l'amore per la lode in sé e l'amore per esserne degni.

Inoltre è un soggetto più sfaccettato, più complesso dell'homo oeconomicus neoclassico: ha dentro di sé una specie di voce della coscienza (il famoso "spettatore imparziale") che giudica le sue azioni in base all'*accordo* tra i sentimenti altrui ed i propri e non solo in base a quelli degli altri (e questo costituisce un altro elemento *relazionale* della antropologia smithiana)<sup>28</sup>.

Quindi l'homo smithiano (un essere empatico in società e relazionale, non solo biicamente egoista, sul mercato) è la riprova che simpatia (Dr. Jekyll) ed egoismo (Mr. Hyde) coesistono in ogni individuo (collocandosi l'agire umano al crocevia tra interesse ed amorevolezza e tra obbligo e libertà)<sup>29</sup> a differenza di quanto presupposto dall'homo oeconomicus neoclassico che è un soggetto monodimensionale (agisce solo in base all'egoismo) e schizofrenico (è scisso tra l'essere cattivo sul mercato e l'essere buono in società).

#### **4. Il mercato fertilizza la società secondo Adam Smith**

Dimostrata la conciliabilità tra le due principali opere di Adam Smith solo apparentemente contraddittorie, si può mettere in luce il contributo originale dato da Smith nel dimostrare la propedeuticità del mercato per il buon funzionamento della società (nella sua ottica è il mercato che fertilizza la società).

L'anonimia e la freddezza delle relazioni commerciali (che però sono libere e paritetiche), oltre a garantire maggiore facilità di uscita dai contratti ed a conferire più rigosità scientifica alla scienza economica, producono secondo Smith anche un'esternalità positiva nel senso che possono travalicare il mercato e propagarsi nella società emancipando gli individui anche in quel contesto. Nella funzione liberatoria dalle dipendenze dai legami sociali forti (di famiglia, di clan, di patronage) per il soddisfacimento dei propri bisogni risiede il prezioso contributo che l'economia può dare allo sviluppo sociale affrancando gli individui dalla vischiosità delle relazioni comunitarie (non scelte ed asimmetriche) basate su dono e sacrificio. Ecco come l'economia può fertilizzare la società secondo Adam Smith<sup>30</sup>:

*"Nessuno che non sia un mendicante sceglie mai di dipendere soprattutto dalla benevolenza dei suoi concittadini, e persino un mendicante non dipende esclusivamente da essa. Alla maggior parte dei bisogni, il mendicante, come chiunque altro, provvede di volta in volta con la contrattazione, il baratto, e l'acquisto"*<sup>31</sup>.

Ne consegue che <sup>32</sup>:

*"Il mercato non è basato sull'amicizia o sul dono, ma crea le precondizioni per un'amicizia e un dono autentici: individui liberati da legami sociali non scelti, e dalle varie forme di dipendenza, diventano finalmente capaci di rapporti sociali più liberi e maturi... Senza la relazione di mercato, che libera, non si ha*

---

<sup>27</sup> Cfr. Bee, 2011, pp. 10-15.

<sup>28</sup> Cfr. Smith (1991), p.173 e p.178.

<sup>29</sup> Cfr. Caillé A. (2009), pp.21-22.

<sup>30</sup> Cfr. Smith A. (1977), p.18.

<sup>31</sup> "The message is surely obvious: market relations are between equals, and so allow us to achieve the benefits of the division of labour with dignity and self respect. It is more consistent with human dignity for us to satisfy our wants thorough the market than through pre-market relations of generosity, patronage and dependence". Cfr. Bruni, Sudgen (2000), p.17.

<sup>32</sup> Bruni (2006), p.29.

un'autentica socialità nella vita civile. Il mercato è dunque uno *strumento di civiltà*, ma non è in sé luogo di socialità genuina”.

Questa fertilizzazione dell'economia nei confronti della società ipotizzata da Smith può essere benefica a patto però che questa osmosi non si tramuti in una sorta di imperialismo da parte dell'economia nei confronti della società che potrebbe distruggere gli stessi legami sociali come in realtà sta avvenendo nel presente. L'espansione parossistica dell'economico nel sociale può assumere varie vesti. Può prendere la forma dello spiazzamento dei beni relazionali da parte di quelli posizionali (Hirsch, 1976; Bruni, 2007); della sostituzione dei beni di creatività da parte dei beni di comfort (Scitovsky, 1976); del rimpiazzo delle motivazioni intrinseche all'agire gratuito da parte di quelle estrinseche rivolte solo all'agire strumentale (Frey, 2008); della privatizzazione dei luoghi di riproduzione della socialità (che sono in genere dei beni comuni) (Scott, 2011); della riduzione di coesione sociale dovuta all'aumento delle disuguaglianze di reddito (Sachs, 2008).

## **5. La società fertilizza il mercato secondo gli economisti civili**

Per completare l'analisi occorre ricordare il contributo teorico dei contemporanei di Smith, ovvero della scuola italiana dell'*economia civile*, in cui la complementarità tra società e mercato emerge ancora più limpidamente, anche se con una direzione di causalità che è diametralmente opposta a quella di Smith (nella loro prospettiva è la società che fertilizza il mercato).

L'“economia civile”, le cui radici storiche affondano nel Medioevo (più in particolare nel monachesimo francescano e benedettino) e nell'Umanesimo *civile* del Trecento e Quattrocento (Coluccio Salutati, Poggio Bracciolini, Leonardo Bruni, Leon Battista Alberti, Matteo Palmieri), con propaggini che arrivano all'Illuminismo italiano di scuola sia milanese (Ludovico Muratori, Pietro Verri) che napoletana (Paolo Mattia Doria, Giambattista Vico, Antonio Genovesi), concepisce le relazioni economiche di mercato come rapporti di mutua assistenza e non solo di mutuo vantaggio. Quindi non in termini di relazioni impersonali né anonime, ma in chiave di relazioni di fiducia<sup>33</sup>. Secondo gli economisti *civili* dell'Illuminismo milanese e napoletano italiano ed i loro scopritori (Bruni, Porta, Zamagni) ciò che edifica la città –ovvero i legami sociali fiduciari tra persone- erige anche il mercato che non è un'entità autonoma ed astratta, ma è un'istituzione che è incastonata nella città e che può prosperare grazie alla coesione sociale ed alle virtù civiche ivi esercitate<sup>34</sup>. Ma una buona coesione sociale non è importante solo per l'avvento del mercato<sup>35</sup>, ma anche per il suo fluido funzionamento. Senza la fiducia, che si accresce con l'interazione ripetuta tra individui, gli scambi esigono

---

<sup>33</sup> Antonio Genovesi (1713-1769) parla addirittura di tre tipi di fiducia: etica, economica e politica. Cfr. Bruni, Sudgen (2000) p.22, La *fiducia* si differenzia dalla *reputazione*, teorizzata da Smith, in quanto quest'ultima è il sottoprodotto della interazione ripetuta tra persone all'interno però di relazioni *commerciali* improntate all'*interesse personale*. Cfr. Bruni, Sudgen (2000), p.16.

<sup>34</sup> Contributi teorici in questo senso sono pervenuti posteriormente agli economisti civili anche dai sociologi dell'economia che hanno studiato la “costruzione sociale del mercato”, dagli studiosi dei sistemi produttivi locali e del capitale sociale, dai sociologi del MAUSS (Movimento Anti-Utilitarista delle Scienze Sociali).

<sup>35</sup> Il principio di reciprocità è, tra l'altro, alla base dell'innescò di ogni contratto: senza un'apertura incondizionata all'Altro, fatta con l'incognita/speranza che l'Altro possa ricambiare, nessun contratto potrebbe mai essere avviato. Un contratto può generarsi soltanto da una scommessa basata su di un dono originario di fiducia, sulla incondizionalità condizionale teorizzata da Caillé. Cfr. Caillé, 1998, pp.122-124.



più elevati costi di transazione (posizione propugnata anche dagli scopritori dell'importanza del *capitale sociale* in economia, pur nella grande varietà delle sue possibili accezioni). Una buona coesione sociale rimedia pure ai fallimenti del mercato dato che essa può intervenire per prevenire o sanare, attraverso le *virtù civili e del dare* l'incepimento del mercato dovuto, ad esempio, ad asimmetrie informative, all'incertezza, all'incompletezza contrattuale, alla presenza di beni pubblici o di beni comuni locali e/o globali.

## 6. Conclusioni

Leggere da un lato l'intera opera di Smith in modo più olistico e meno unidimensionale e, dall'altro, recuperare la tradizione degli economisti civili, significa delineare l'ipotesi di una possibile fertilizzazione incrociata tra società ed economia e ricomporre l'artificiosa frattura tra società e mercato, con il risultato di una maggiore umanizzazione di entrambi. Questa umanizzazione si evince dal fatto che sia per il pensatore dell'Illuminismo scozzese che per gli esponenti dell'Illuminismo italiano il soggetto economico è un "animale politico" e dal fatto che non vi è incompatibilità tra società e mercato a differenza di quanto teorizzato dagli economisti neoclassici che propugnano una netta cesura tra economia ed etica avallata dall'asocialità del paradigma dell'*homo oeconomicus*<sup>36</sup>. Per Smith è il mercato che può migliorare la società, mentre per gli economisti civili è la società che addirittura prepara l'avvento del mercato e poi ne garantisce il fluido funzionamento. Se allora mettiamo insieme da un lato il contributo che la *reciprocità* arreca al mercato (con le sue iniezioni di fiducia) con quello che lo *scambio di mercato* arreca alla società (con la liberazione, per il soddisfacimento dei bisogni, dalla dipendenza da rapporti sociali non scelti, verticali, asimmetrici, creando così le condizioni favorevoli per una socialità veramente genuina tra soggetti uguali e liberi) possiamo parlare di *fertilizzazione incrociata tra economia e società* che può trovare una felice sintesi dal punto di vista imprenditoriale nella figura dell'*imprenditore civile* e dal punto di vista antropologico nell'*homo reciprocans*, un soggetto che è guidato da intelligenza sociale, emotiva ed ecologica<sup>37</sup>, mosso da una pluralità di motivazioni non esclusivamente egoistiche e da una razionalità non solo strumentale, che è capace di esprimere varie forme di amore (eros, philia, agapè) e di sentimenti (la simpatia, l'empatia), di fare doni (relazionali e puri), di manifestare tante virtù.

*\*Cristina Montesi è professore affidatario di Politica economica presso la Facoltà di Economia di Perugia, professore affidatario di Economia industriale e di Economia dell'Ambiente presso la sede di Terni della medesima Facoltà e di Economia dello Sviluppo presso l'Università degli Stranieri di Perugia.*

## Bibliografia

Becchetti L. (2009), *Oltre l'homo oeconomicus. Felicità, responsabilità, economia delle relazioni*, Città Nuova, Roma.  
Becchetti L., Bruni L., Zamagni S., (2010), *Microeconomia*, il Mulino, Bologna.  
Bee M. (2011), *Adam Smith. Economia dei sentimenti*, Donzelli, Roma.  
Bruni L. (2006), *Il prezzo della gratuità*, Città Nuova, Roma, 2006.

<sup>36</sup> Cfr. Zamagni (2002) e Pennacchi (1990).

<sup>37</sup> Cfr. Goleman (1999; 2007; 2010).

- Bruni L. (2006), *Reciprocità. Dinamiche di cooperazione, economia e società civile*, Bruno Mondadori, Milano.
- Bruni L. (2007), *La ferita dell'altro. Economia e relazioni umane*, Il Margine, Trento.
- Bruni L. (2009), *L'impresa civile. Una via italiana all'economia di mercato*, Università Bocconi, Milano.
- Bruni L. (2010), *L'ethos del mercato. Un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Bruno Mondadori, Milano.
- Bruni L. , Sugden R. (2000), *Moral canals: trust and social capital in the work of Hume, Smith and Genovesi*, pp.1-32 (mimeo).
- Bruni L., Zamagni S. (2004), *Economia civile. Efficienza, Equità, Felicità pubblica*, Il Mulino, Bologna.
- Bruni L., Zamagni S. (2009), *Dizionario di Economia Civile*, Città Nuova, Roma.
- Caillé A. (1998), *Il terzo paradigma. Antropologia filosofica del dono*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Caillé A. (2009), *Théorie anti-utilitariste de l'action*, Edition La Decouverte, Paris.
- Cockfield G., Firth A., Laurent J. (2007), *New Perspective on Adam Smith's. The Theory of Moral Sentiments*, Edward Elgar, Cheltenham, Uk.
- Frey B. (2008), *Non solo per denaro*, Bruno Mondadori Editore, Milano.
- Goleman D. (1999), *Intelligenza emotiva*, Bur Rizzoli, Milano.
- Goleman D. (2007), *Intelligenza sociale*, Bur Rizzoli, Milano.
- Goleman D. (2010), *Intelligenza ecologica*, Bur Rizzoli, Milano.
- Grasselli P. (2005), *Riflessioni sul collegamento tra etica ed economia*, Morlacchi Editore, Perugia.
- Grasselli P. (a cura di) (2007), *Economia e concezione dell'uomo*, FrancoAngeli, Milano.
- Grasselli P. (a cura di) (2009), *Idee e metodi per il bene comune*, FrancoAngeli, Milano.
- Grasselli P. (a cura di) (2011), *L'impresa e la sfida del bene comune*, FrancoAngeli, Milano.
- Grasselli P., Montesi C. (a cura di) (2008), *L'interpretazione dello spirito del dono*, FrancoAngeli, Milano.
- Grasselli P. e Montesi C. (a cura di) (2010), *Le politiche attive del lavoro nella prospettiva del bene comune*, FrancoAngeli, Milano.
- Grasselli P., Moschini M. (a cura di) (2007), *Economia e persona*, Vita e Pensiero, Milano.
- Gui B., Sugden R. (2005), *Economics and Social interactions*, Cambridge University Press, New York.
- Hirsch F. (1976), *Social Limits to Growth*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Hirschman A. (2002), *Lealtà, defezione, protesta. Rimedi alla crisi delle imprese, dei partiti e dello stato*, Bompiani, Milano.
- Honneth A. (2002), *Lotta per il riconoscimento, Proposte per un'etica del conflitto*, Il Saggiatore, Milano, 2002.
- Latouche S. (2010), *L'invenzione dell'economia*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Melasecche A., Montesi C., Terenziani P. (2010), *Economie et bonheur: un binôme incontournable pour dépasser la crise*, relazione presentata alla XVI Conference Scientifique Internazionale du Réseau PGV svoltasi a Praga, Repubblica Ceca, 9-10 settembre 2010 e pubblicata nel volume Sterbova L, Martin C.(a cura di) (2010), *La crise mondiale et les perspectives de reprise dans l'Union Europeenne*, Università d'Economie de Prague, Prague, pp.216-228.
- Montesi C. (2008), "Dare, ricevere, ricambiare: il paradigma del dono come alternativa antropologica ed economica", in Grasselli P. e Montesi C. (a cura di) (2008), *L'interpretazione dello spirito del dono*, FrancoAngeli, Milano, pp.81-107.
- Montesi C. (2009), "A comparative analysis of different business ethics in the perspective of the Common Good", in *Management & Gouvernance. Entreprises-Territories-Societes*, n.2, pp.129-147.
- Montesi C. (2011a), "Impresa civile, bene comune, tempi di vita e di lavoro", in Grasselli P. (a cura di) (2011), *L'impresa e la sfida del bene comune*, FrancoAngeli, Milano, pp.123-146.
- Montesi C. (2011b), "Dono ed economia: inconciliabilità o fertilizzazione incrociata?", in *Studi Economici e Sociali*, anno XLVI, n.4, pp.65-84.
- Nussbaum, M. C. (1996), *La fragilità del bene: fortuna ed etica nella tragedia e nella filosofia greca* (1986), Il Mulino, Bologna.
- Pennacchi L. (1990), *Razionalità e cultura*, Franco Angeli, Milano.
- Roncaglia A. (2003), *La ricchezza delle idee*, Laterza, Bari.
- Rothschild E. (2003), *Sentimenti economici. Adam Smith, Condorcet e l'Illuminismo*, Il Mulino, Bologna.
- Sacco P.L., Zamagni S. (a cura di) (2002), *Complessità relazionale e comportamento economico*, Il Mulino, Bologna.
- Sacco P.L., Zamagni S. (a cura di) (2007), *Teoria economica e relazioni interpersonali*, Il Mulino, Bologna.
- Sacconi L. (2005), *Guida critica alla responsabilità di impresa*, Bancaria Editrice, Roma.
- Sachs D.J. (2008), *Il bene comune. Economia per un pianeta affollato*, Mondadori, Milano.
- Scitovsky T. (1976), *The Joyless Economy*, Oxford University Press, Oxford.
- Scott A.J. (2011), *Città e regioni nel nuovo capitalismo*, Il Mulino, Bologna.
- Sen A. (1977), Rational Fools: a Critique of The Behavioural Foundation of Economic Theory, in *Philosophy and Public Affairs*, 6; tr.it. Sen A. (1986), *Scelta, benessere, equità*, Il Mulino, Bologna.
- Sen A. (1987), *On Ethics and Economics*, Blackwell, Oxford.
- Sen A. (2010), *L'idea di giustizia*, Mondadori, Milano.
- Smith A. (1977), *Indagine sulla natura e le cause della ricchezza tra le nazioni*, Mondadori, Milano, ed. or.1776.

Smith A. (1991), *Teoria dei sentimenti morali*, Christengraf, Roma, ed. or.1759.

Zamagni S. (2002), *L'economia delle relazioni umane: verso il superamento dell'individualismo assiologico*, in Sacco P.L., Zamagni S. (a cura di) (2002), *Complessità relazionale e comportamento economico*, Il Mulino, Bologna, pp.67-128.

Zamagni S. (2007), *L'economia del bene comune*, Città Nuova, Roma.