

Relazione di *S.E. Mons. Domenico Graziani* al panel "*L'etica è un investimento?*", nell'ambito del convegno nazionale "*Il microcredito e le politiche attive del lavoro*".

Villaggio Guglielmo di Copanello

18 giugno 2009

La tipologia di questo nostro incontro mi richiede di andare subito *in medias res*; devo comunque fare alcune precisazioni, affinché risulti con chiarezza il senso della mia presenza; sono infatti un vescovo, non sono assolutamente esperto in economia, non sono un teologo moralista di professione ma comunque sono nella vita, che percepisco come grande dono e come grande compito; per questo non c'è, dico con Ovidio, *nulla di autenticamente umano che mi possa essere estraneo*.

Le premesse che devo fare in questa mia posizione sono alcune di tipo teorico, altre di tipo empirico.

Le premesse di tipo teorico si trovano su due versanti: il versante delle scienze umane ed il versante delle scienze teologiche.

Sul versante delle scienze umane:

- In ogni campo dello scibile ci si trova a vivere ad una certa distanza dai poli (estremi o estremisti) dell'ontologia classica per vivere nella Terra di Mezzo delle loro connessioni. Dato che la conoscenza scientifica è tale se si pone come risposta ad una domanda proveniente dalla vita, data la complessità della vita stessa e le *cross - connections* sempre più ravvicinate e veloci, nel rispetto della tipicità di ogni intervento conoscitivo e però certo che la risposta alle domande sarà tanto più completa quanto più comprensiva, globale, sarà la prospettiva. Mi fa pensare in tal senso fra gli altri elementi, la concessione del premio nobel per l'economia ad uno psicologo Kahneman. La questione epistemologica relevantissima, a tal punto non può esimere da uno "*sguardo largo*".
- Dio e l'uomo, Dio e il mondo: "*se la verità è Dio, l'umanità è la sua via, e insieme, io e l'uomo, sono la vita*" (G. Mazza, *Dio al limite*, San Paolo, 2009).

- Il fatto etico è nella mia prospettiva, un fatto ontologico – strutturale. Perciò, ad esempio l’etica non dà regole all’economia per così dire dall’esterno; l’etica invece cerca di cogliere, con l’aiuto della scienza la struttura dell’essere o degli esseri, per coglierne il valore e per consentire il più pieno ed organico sviluppo delle loro potenzialità. Si parte dunque da un legame profondo tra ontologia – antropologia – cosmologia - etica – morale.
- C’è uno “specifico” cristiano la cui peculiarità si coglie secondo la visione delle origini, il rapporto con la Verità **Assoluta** l’orizzonte ai limiti dell’esistenza, la concezione delle relazioni (materiali-immateriali) l’ammissione di una prospettiva di compimento nella considerazione, ad esempio, della vita come pellegrinaggio *in over coming*, passaggi, liminalità. Accettando queste premesse, in stretto riferimento ai diversi settori della conoscenza, con rigoroso rispetto dei metodi ma, nello stesso tempo, vigilanti su ogni forma di prevaricazione surrettizia, posso dire: è ovvio, l’etica è un investimento; al contrario posso anche affermare: un investimento potrebbe beneficiare di processi ottimizzazione, i quali però da soli, sarebbero poco economici, in quanto l’economia presuppone l’oikia. P. Yves Congar definiva il laico fedele: *“come un uomo per il quale le cose esistono, che vive cioè la passione di conoscere tutte le cose penetrandole nella loro dimensione più profonda, cogliendone la ragione che le sostiene, il senso che le orienta”*.

Le ragioni dell’esperienza

- Un vescovo è vescovo di tutti i battezzati , anche dei laici, per i quali le cose esistono, ai quali il discorso morale interessa. L’espressione migliore dell’eticità di un rapporto si ritrova nel concetto di gratuità. La riflessione sulla gratuità oggi in maniera molto significativa è richiesta insistentemente da sociologi, antropologi, economisti. La gratuità non va associata al gratis perché l’atto gratuito non corrisponde ad un prezzo nullo ma ad un’assenza di prezzo o, più propriamente ad un prezzo infinito. Ci può inoltre essere un’azione buona ma non gratuita.
- La domanda di beni relazionali cresce con il reddito: è un dato econometrico. Noi abbiamo a che fare con la gratuità tutte le volte che un comportamento ha un valore in sé e non è solo mezzo per qualche

cos'altro. Se, infatti, eliminassimo con un esperimento mentale la gratuità dalle ordinarie faccende economiche, le nostre organizzazioni produttive e molti dei nostri mercati reali, imploderebbero nello spazio di un mattino. La sfida dell'economia civile è rivendicare il valore, anche economico, di una relazionalità a più dimensioni, aperta al contratto ma anche all'incontro con l'altro ispirato a gratuità. Il mercato, invece, è stato pensato e definito, in modo speciale nella modernità, come il luogo idealtipico della non-gratuità. L'economia civile non è solo gratuità (ha altri principi co-essenziali), ma la gratuità è una sua dimensione fondante e identitaria – non c'è economia civile senza gratuità. La gratuità non è pertanto associata ad un “che cosa” si fa, o ad una classe di azioni (altruistiche, ad esempio); essa è piuttosto un “come”, una modalità o una dimensione dell'azione, che può accompagnare vari contenuti.

- Per questo la gratuità ha un grande valore, anche economico (sebbene non abbia prezzo). Basterebbe questa ragione per comprendere perché l'economia non dovrebbe ignorarla (Bruni 2006). E se l'attività economica perde definitivamente contatto con il territorio della gratuità pone le premesse della sua implosione, e quanto osserviamo nelle attuali economie reali ce lo sta dicendo in un modo sempre più forte e chiaro.
- l'etica negli affari funziona, produce cioè anche buoni risultati, a condizioni che sia seguita come un valore in sé e non per i buoni risultati che essa produce.
- Se si “usano” i beni relazionali a scopo di lucro, nel momento in cui il cliente percepisce la strumentalità dell'atteggiamento il di più della gratuità scompare. Si può, infatti, verificare in questo ambito il fenomeno noto come “spiazzamento” (dall'inglese crowding-out), che è una applicazione moderna all'antica legge di Gresham: “la moneta cattiva scaccia la buona”. In questo caso la “moneta cattiva” sono le motivazioni puramente strumentali che scacciano quella “buona”, rappresentata qui dalle motivazioni intrinseche, basate sul principio di gratuità. Come far sì, dunque, che la “moneta cattiva” non scacci la buona, o che gli incentivi economici non siano percepiti come “moneta cattiva”?

- La prima considerazione da fare è che il fenomeno dello spiazzamento è sempre possibile quando si accosta l'incentivo economico alla gratuità. Il tenerne conto può già essere un buon antidoto contro lo spiazzamento. In secondo luogo, la simulazione o la non genuinità riduce il valore di un'azione quando la si vuole presentare come gratuità a scopo strumentale: in altre parole, non è la strumentalità in sé che spiazza la gratuità, ma mostrarsi "gratuiti" per altri scopi. Se, per un esempio, durante una consulenza da un avvocato non trovo "motivazioni" intrinseche ma solo professionalità non percepisco un malessere se penso che l'avvocato tratti con me per motivazioni strumentali. Se, invece, il rappresentante di enciclopedie viene a casa e si interessa alla mia famiglia "sinceramente" ma per è diventa ovvio che questo interesse è solo uno "strumento" per vendere l'enciclopedia, quel pseudo bene relazionale peggiora la relazione economica. La gratuità è necessaria anche al mercato "normale", purché resti gratuità. È il fenomeno che qualcuno chiama "Il paradosso dell'etica degli affari" (Zsolnai 2004): l'etica negli affari funziona, produce cioè anche buoni risultati, a condizioni che sia seguita come un valore in sé e non per i buoni risultati che essa produce. In realtà, questo paradosso è stato intuito già dal pensiero antico. Per Aristotele, ad esempio, l'azione virtuosa è praticata per il suo valore intrinseco, e poi, solo come effetto indiretto, produce anche benefici individuali. Questa è l'idea-chiave dell'Etica di Aristotele, ma la ritroviamo già nel pensiero di Platone e di Socrate: "La virtù (areté) non deriva dalla ricchezza, ma dalla virtù provengono la ricchezza e tutti gli altri beni per gli uomini, sia come privati sia in quanto comunità" (Platone, Apologia di Socrate, 30b). La gratuità produce anche buoni risultati economici, se non è utilizzata a scopo di profitto. La gratuità non si lascia strumentalizzare.
- La gratuità, la cui etimologia viene dal greco charis, grazia, o "ciò che da gioia", ha molto a che fare con la parola vocazione e con carisma. Senza vocazione non c'è gratuità, poiché agisce con gratuità chi trova nel comportamento la sua prima ricompensa, perché è mosso da "dentro" e non da incentivi esterni. Chi agisce per vocazione (dall'arte alla scienza, dallo sport ad una professione) può fare esperienza di gratuità,

perché forse solo ciò che nasce da una vocazione interiore può essere davvero gratuito, perché davvero libero. Infatti, solo dove abita la libertà c'è gratuità, e solo la gratuità è veramente libera. Da charis proviene anche carisma: dono. I carismi sono sempre sorgenti di gratuità, di vocazioni. La gioia è inoltre il grande segno che dice la gratuità. La sfida di una economia che voglia aprirsi, al suo interno, alla gratuità consiste nel saper tenere assieme le varie dimensioni dell'azione. Amore e contratto, amicizia e regole, eros e agape non si escludono di necessità: tenerli assieme, però, non è mai banale, ci espone sistematicamente alla vulnerabilità e alla fragilità, ma è una sfida che consente di fare anche delle faccende economiche qualcosa di genuinamente umano.