

**L'ECONOMIA SENZA GIOIA\*  
DI TIBOR SCITOVSKY**

*Per amore del comfort trascuriamo molti altri ingredienti della "vita buona"*  
(T. Scitovsky)

1. «Il nostro benessere economico è in costante aumento, ma come risultato noi non siamo più felici» (p. 225). Negli anni in cui gli scienziati sociali cominciavano a fornire evidenza empirica al cosiddetto «paradosso della felicità», Scitovsky nel suo libro *The Joyless Economy* (1976) ne forniva già una spiegazione profetica e tra le più accreditate oggi, anche se al suo apparire il libro non ebbe molto successo come capita spesso, del resto, quando si precorrono i tempi. Ora *L'economia senza gioia* è stato finalmente tradotto in italiano, grazie all'editrice Città Nuova.

*The Joyless Economy* non è il primo lavoro di Tibor Scitovsky, che iniziò la sua formazione in Inghilterra, al Trinity College di Cambridge e alla London School of Economics, prima di trasferirsi negli Stati Uniti. Ungherese di nascita (è nato nel 1910), all'epoca in cui *The Joyless Economy* fece la sua comparsa Scitovsky era già noto come uno degli studiosi più accreditati nel campo dell'economia del benessere (il «doppio criterio di Scitovsky» appare tutt'oggi nei manuali di politica economica). Il libro, è stato già detto, non venne accolto favorevolmente dalla critica ed egli, come ci fanno notare Pier Luigi Porta e Luigino Bruni nella loro *Introduzione* alla versione italiana, fu accusato di aver fatto solo finta di trattare il tema della felicità.

\* Città Nuova, Roma 2007.

Oggi invece, a trent'anni di distanza l'analisi di Scitovsky va ad insinuarsi, come anello mancante, tra le teorie più accreditate, facendole risaltare e completandole allo stesso tempo.

2. Ma procediamo con ordine: che cosa è il «paradosso della felicità» in economia? Di paradosso iniziò a parlare l'economista Richard Easterlin nel 1974<sup>1</sup>, quando, dati alla mano, si accorse che nel corso della vita delle persone la felicità e il reddito non variano insieme e che, sia all'interno di un Paese, sia nel confronto tra Paesi diversi, non esiste una correlazione significativa e robusta tra reddito e felicità soggettiva. Easterlin lanciò agli economisti la sfida di spiegare perché un maggior benessere non si traduce in un miglioramento della soddisfazione di vita (*life-satisfaction*). Scitovsky raccolse subito questa sfida, ma evidentemente i tempi non erano maturi e il suo tentativo di spiegare il paradosso non fu accolto.

Da qualche anno, però, il tema della felicità in economia è tornato alla ribalta e gli economisti che si occupano di questo tema stanno rinnovando molti aspetti della teoria economica.

Le principali spiegazioni date oggi al paradosso sono di tipo psicologico ed economico. Daniel Kahneman, psicologo e premio Nobel per l'economia 2002, ha utilizzato la metafora del *treadmill* (tappeto rullante), dove pur correndo si rimane fermi perché il tappeto scorre in direzione opposta. Così per la soddisfazione nella vita: aumenta il reddito, ma non la nostra soddisfazione, perché agiscono in noi due meccanismi psicologici che corrono in senso opposto: l'adattamento alle mutate circostanze e l'aumento delle aspirazioni. Quando aumentiamo il reddito e i consumi (pensiamo, ad esempio, all'acquisto di una nuova auto), l'aumento del benessere soggettivo è solo temporaneo: dopo un iniziale aumento di benessere, ci adatteremo ben presto al *comfort* derivante dal possedere la nuova auto. Un secondo meccanismo è poi

<sup>1</sup> R. Easterlin, *Does economic growth improve human lot? Some empirical evidence in Nation and Households in Economic growth: Essays in honor of Moses Abromowitz*, a cura di P.A. Davis e M.W. Reder, Academic Press, New York-London 1974.

all'opera: l'aumento delle aspirazioni. Una volta acquistata la nuova auto aumenteranno le nostre aspirazioni circa l'auto ideale e quindi, proprio come su un tappeto rullante, sebbene oggettivamente il nostro benessere o comfort sia aumentato, il nostro benessere soggettivo rimane uguale, se non diminuisce<sup>2</sup>. In altre parole, a causa di questi effetti di adattamento e di aumento delle aspirazioni non riusciamo a trasformare i beni in *wellbeing*. Ma perché allora continuiamo ad investire così tante energie per aumentare i nostri consumi? Scitovsky, vedremo, ci offre una sua spiegazione.

La principale spiegazione economica al «paradosso della felicità» è stata avanza dall'economista americano Robert Frank e dall'inglese Richard Layard, i quali si soffermano sui meccanismi di competizione e di rivalità. Queste teorie affermano che il benessere che traggo dal mio reddito o consumo dipende soprattutto dal confronto tra il mio reddito e quello degli altri con cui mi confronto o competo. Il benessere che mi deriva dall'acquistare un'auto nuova, ad esempio, può essere inferiore se vedo il mio vicino acquistarne una più bella e più grande. Il «consumo vistoso» può generare una sorta di competizione posizionale, nella quale si è sempre impegnati a superare gli altri, o quantomeno a stare al loro passo. La competizione posizionale spiegherebbe perché all'aumentare del reddito la felicità non aumenta di pari passo: se insieme al mio reddito aumenta anche il reddito del vicino, allora sono punto e a capo<sup>3</sup>!

3. Ma torniamo a *L'economia senza gioia*. Scitovsky propose già nel 1976 una sua spiegazione del paradosso che, seppure elaborata in precedenza, completa le teorie che ho appena esposto.

Egli è consapevole degli aspetti posizionali del consumo: «La spiegazione più evidente è che la felicità di una persona dipende dalla sua relazione con la felicità dei “vicini di casa” e non dal suo standard di vita in termini assoluti» (p. 225).

<sup>2</sup> Cf. D. Kahneman, *Felicità oggettiva*, in L. Bruni - P. Porta (edd.), *Felicità ed economia*, Guerini e associati, Milano 2004.

<sup>3</sup> Cf. R. Frank, *Luxury Fever*, Free Press, New York 1999.

Nello stesso tempo, ha presente anche gli effetti di adattamento e di aumento delle aspirazioni che danno luogo alla noia, considerata da Scitovsky come il principale malessere dei nostri tempi.

Nella sua analisi, però, cerca di andare più a fondo e si chiede *che cosa* ha portato alla noia, e perché il tappeto rullante sembra oggi aver aumentato la sua velocità, facendo in modo che nonostante si corra tanto, si rischia non solo di rimanere fermi, ma di andare indietro.

La sua tesi principale è che una «vita buona» abbia bisogno di due ingredienti che devono essere ben combinati: *comfort* e *stimulation*. Un uomo i cui bisogni sono soddisfatti e i disagi (*discomfort*) sono eliminati, vive nella noia se non ci sono stimolazioni (fisiche e intellettuali). Il punto è che il *comfort* agisce eliminando ogni fatica (si pensi all'aumento di *comfort* dovuto all'introduzione degli elettrodomestici), mentre la stimolazione, che Scitovsky associa a quello che l'economista Hawtrey chiama «bene di creatività», per poter funzionare e portare benessere necessita di una fatica iniziale. Pensiamo per esempio alla musica classica, un tipico bene di creatività: la stimolazione che fornisce a chi l'ascolta è direttamente proporzionale alla conoscenza dell'autore, del genere, quindi della cultura musicale, che richiede impegno e fatica. Alcuni autori (Pier Luigi Sacco in Italia) hanno recentemente chiamato tale fatica iniziale «costo di attivazione»: per poter ricevere stimolazioni nel consumo di un bene di creatività è necessario sostenere degli alti costi di attivazione iniziali. Una volta sostenuti questi costi, però, la stimolazione ricevuta da un bene di creatività non è decrescente con l'uso, come avviene per il *comfort* che porta alla noia, bensì crescente (pensiamo sempre all'ascolto di musica classica). Un'ulteriore differenza tra *comfort* e stimolazione è che «molti stimoli producono anche benefici esterni. (...) Al contrario i *comfort*, tipicamente, non solo non riescono ad apportare benefici esterni ma, molti di loro producono vere e proprie turbative esterne» (p. 236). Qui Scitovsky si riferisce al fatto che l'aumento di *comfort* ha un costo in termini di risorse non rinnovabili e di degrado ambientale, mentre lo stimolo provoca dei benefici esterni perché solitamente coinvolge altre

persone, soprattutto quando è una fonte di soddisfazione «condivisa, non esclusiva» (p. 157).

4. Come spiega allora Scitovsky il «paradosso della felicità»? Egli fa un'analisi delle abitudini del popolo americano, confrontandole con lo stile di vita europeo, e arriva alla conclusione che la tendenza in atto (al tempo in cui scriveva, ma ancora tremendamente attuale) è quella di un eccessivo aumento della domanda (e dell'offerta) di *comfort* a scapito della stimolazione. Tendenza rinforzata dalle caratteristiche del sistema educativo, che fornisce sempre più abilità produttive, le quali consentono l'efficienza nel lavoro, a scapito di abilità di consumo dei beni di creatività, che richiedono conoscenze generali frutto anche di una cultura umanistica: «Non ci sarebbe nulla di male a richiedere alle cassiere o ai ragazzi della stazione di benzina un diploma di scuola media o superiore, se questi certificati li rendessero in grado di apprezzare di più i libri che leggono o la musica che ascoltano, mentre aspettano di servire i loro clienti. Nella maggior parte dei casi, invece, i loro diplomi forniscono loro delle abilità di produzione, che il più delle volte rimangono inutilizzate e che hanno "spiazzato" quel tipo di educazione che avrebbe preparato loro al miglior apprezzamento del loro tempo libero» (p. 353). Analisi davvero attuale, se pensiamo alla recente evoluzione del sistema educativo italiano che si sta dirigendo sempre più verso la fornitura di abilità produttive a scapito della cultura umanistica. Se l'analisi di Scitovsky è corretta, dobbiamo allora aspettarci un aumento della noia e dell'insoddisfazione nelle nuove generazioni, uno scenario davvero «senza gioia».

Tornando dunque al paradosso, Scitovsky sembra suggerire che il naturale bisogno di stimoli venga sempre più soddisfatto attraverso attività che non hanno bisogno di alcun tipo di abilità (i «costi di attivazione»), e che quindi ci lasciano annoiati e insoddisfatti. L'aumento del *comfort*, a scapito della stimolazione è dovuto anche al progresso tecnologico che rende sempre più accessibili beni che forniscono *comfort* rispetto ai beni di creatività che, quindi, diventano *relativamente* più costosi. Coltivare, per un esempio, un bene relazionale (andare a visitare un amico), costa

relativamente sempre più nella misura in cui costa sempre meno fargli una telefonata, mandargli una mail, chiamarlo via *skype*: il prezzo è un rapporto tra due beni, se uno diventa sempre meno caro e come se l'altro rincarasse!

E come ci ricorda Marina Bianchi nella *Prefazione* all'edizione di Città Nuova «una volta abbracciata, la cultura del *comfort* è molto difficile da abbandonare perché il *comfort*, più delle attività stimolanti, genera abitudine e assuefazione».

5. Scitovsky ci porge dunque in *L'economia senza gioia* un'analisi raffinata e completa del «paradosso della felicità», quando ancora gli studi in questo campo erano appena agli inizi. Il suo lavoro ha fornito anche lo spunto ad alcuni studiosi per una spiegazione relazionale del paradosso. Si notano nel testo varie intuizioni disseminate qua e là sull'importanza degli *altri* per la nostra felicità. Ad esempio: «La maggior parte delle soddisfazioni (...) proviene dal contatto personale con gli altri e dall'uso, consumo e contemplazione dei beni e servizi alla cui produzione altri hanno contribuito» (p. 150). Oppure: «La stimolazione proviene dall'infinita varietà, imprevedibilità, e occasioni di contatto umano, soprattutto quando ci assumiamo il rischio di “stuzzicare” e stimolare l'altra persona» (p. 152). Queste intuizioni, purtroppo, non vengono poi successivamente sviluppate nel testo, ma rimangono sullo sfondo. L'autore, se da una parte riconosce l'importanza degli altri per la mia felicità, dall'altra non si spinge fino in fondo a prendere seriamente in considerazione le implicazioni di tale ipotesi. Ci chiediamo come mai. Forse i tempi erano prematuri e l'autore non ha voluto spingersi troppo oltre. Del resto dell'importanza delle relazioni interpersonali in economia se ne parla solo da pochi anni <sup>4</sup>. Rimane comunque l'interrogativo, dal momento che Scitovsky per altri versi è stato un precursore e non si è dimostrato affatto preoccupato di rompere con la tradizione dominante.

<sup>4</sup> Cf. B. Gui - R. Sugden, *Economics and Social Interaction*, Cambridge University Press, Cambridge 2005.

Le sue intuizioni “relazionali” in fatto di felicità comunque non sono state lasciate cadere, ma sono state arricchite e completate da economisti quali Stefano Zamagni o Luigino Bruni <sup>5</sup>, che recentemente hanno offerto una nuova chiave di lettura del paradosso basata proprio sui «beni relazionali», e sull'importanza della relazione con l'altro per la fioritura di una «vita buona». Questi studi mostrano (anche con analisi empiriche) che l'aumento del reddito può portare con sé la diminuzione non intenzionale dei beni relazionali e per questo provocare una crescente insoddisfazione. I beni relazionali sono infatti tipici beni di creatività la cui offerta è in calo a causa dell'eccessiva offerta di *comfort*, o di quell'offerta di *comfort* che simula la stimolazione. Un esempio molto citato è quello della televisione: è un bene che fornisce *comfort* (non richiede particolari abilità e quindi porta presto alla noia), ma che si presenta come un «falso bene relazionale» perché dà l'illusione di rapporti con gli altri. In secondo luogo il tempo passato davanti alla tv è tempo sottratto ai rapporti con gli altri, un rischio che, profeticamente, ritroviamo in *L'economia senza gioia*.

6. In sintesi, il lavoro di Scitovsky ha il doppio merito di averci donato un'analisi originale e ricca del rapporto tra reddito e felicità, e di essere stato un libro fecondo poiché ha originato molte ricerche successive.

Ma il suo contributo “profetico” alla scienza economica non si ferma qui. La prima parte del libro, tutta concentrata sull'analisi psicologica delle motivazioni, ha precorso gli studi attuali sul tema (le prime riviste di economia e psicologia risalgono agli inizi degli anni ottanta), ed è stata la base per una branca molto recente dell'economia, la cosiddetta neuroeconomia, di cui Scitovsky può essere considerato un precursore. Nella loro *Introduzione* al libro, Bruni e Porta ripercorrono le tappe che hanno portato la teoria economica, agli inizi molto legata alla psicologia, a concentrarsi solo sugli aspetti oggettivi della scelta, lasciando così da parte tutta l'analisi delle motivazioni che Scitovsky invece ripren-

<sup>5</sup> Cf. L. Bruni - P. Porta (edd.), *Felicità e libertà*, Guerini e associati, Milano 2006.

de, come sa e come può, facendo riferimento alle teorie psicologiche dell'epoca.

Anche in questo caso direi che nel libro sono presenti intuizioni che potrebbero portare nuova luce su un tema oggi molto dibattuto dagli economisti: il cosiddetto effetto di spiazzamento delle motivazioni intrinseche in presenza di incentivi o remunerazioni. In sintesi, un dato di fatto che sembra emergere da studi recenti <sup>6</sup> è che quando siamo di fronte a lavori e attività che richiedono forti motivazioni interiori (ad esempio il volontariato in centri per disabili), con l'introduzione di incentivi monetari o remunerazioni, la *performance* sembra ridursi. Questo perché, a detta degli studiosi della *Self-determination Theory* <sup>7</sup>, in presenza di incentivi le motivazioni intrinseche si riducono, portando così ad una diminuzione dell'impegno: è come se gli incentivi spiazzassero le motivazioni intrinseche. Scitovsky sembra suggerire un'altra interpretazione che può completare quella esistente: un lavoro diviene sgradevole sia in assenza di stimolazioni, sia in presenza di stimolazioni troppo intense. Probabilmente un lavoro che richiede forti motivazioni intrinseche è già stimolante di per sé e l'aggiunta di un'altra fonte di stimolazione (gli incentivi) contribuisce a renderlo sgradevole <sup>8</sup>. Chissà che tali intuizioni non vadano a costituire le basi per nuove teorie sull'argomento?

Come abbiamo potuto constatare *L'economia senza gioia* è una potenziale fonte di molte ispirazioni. È benvenuta, dunque, la traduzione italiana di questo gioiello della letteratura economica che permette ad un più vasto pubblico italiano di avvicinarsi ad un autore di grande spessore e a un libro la cui lettura è scor-

<sup>6</sup> Cf. B. Frey, *Non solo per denaro*, Bruno Mondadori, Milano 2005.

<sup>7</sup> Cf. E.L. Deci, *Intrinsic motivation*, Plenum Publishing Co., New York 1975, e E.L. Deci - R.M. Ryan, *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*, Plenum Publishing Co., New York 1985.

<sup>8</sup> Il meccanismo che porterebbe a ridurre l'impegno è così spiegato da Scitovsky stesso: «Si ritiene che deviazioni dal livello di ottimo della stimolazione totale comportino (...) sensazioni di stanchezza o ansia quando l'indice si posiziona al di sopra del valore ottimale (...). Si pensa, pertanto, che la loro funzione [delle sensazioni spiacevoli] sia quella di provocare uno stimolo opposto, che induca al ritorno al livello ottimale» (p. 70).



revole e avvincente. Concludiamo con l'augurio che lo stesso autore formula nella prefazione del 1976: «Nonostante il termine *joyless* del titolo, questo è stato il libro che di gran lunga mi ha più divertito scrivere, e spero vivamente che un po' di quella gioia che la stesura di questo libro mi ha dato possa essere ritrovata anche nella sua lettura».

ALESSANDRA SMERILLI