

“C’è tempo”

I dieci anni dell’Associazione Nazionale Banche del Tempo

Roma 24 marzo 2018, Campidoglio

Beni comuni, beni relazionali e valore economico

Comunicazione di Paolo Cacciari

Abstract

A ben pensare non c’è bene che non sia frutto di buone relazioni. Nella misura in cui ogni essere vivente è interdipendente nella rete della vita (il principio ecologico), il suo grado di “autonomia” (libertà di scelta e capacità d’azione) è maggiore tanto più se è inserito in una fitta trama di complesse relazioni umane. “Una idea perversa ed erronea di natura umana – ha scritto Marshall Sallins – sta mettendo a repentaglio la nostra stessa esistenza”. Si tratta dell’individualismo egoistico, competitivo, anafettivo, consumistico-compulsivo. Individui soli e isolati che si creano immaginarie appartenenze paranoide. Chiediamoci dunque: le forme che ha assunto il processo oggi dominante di valorizzazione economico (lungo la filiera produzione-distribuzione-consumo) sono in grado di generare legami solidali, reciprocità e coesione sociale?

Mi è stato assegnato un tema complicatissimo. Devo quindi assumermi il rischio di sciupare molti concetti.

Da alcuni anni nuovi lemmi e nuovi concetti hanno fatto irruzione nelle scienze sociali (ma anche nel discorso politico corrente). Tra questi vi sono i “beni comuni” (*commons*) e i “beni relazionali”.

Non trovando ancora definizioni condivise univoche né nel campo delle teorie economiche né in quello delle dottrine giuridiche, c’è ancora molta confusione sul loro significato.

E' però indubbio che il loro successo, nel linguaggio comune adottato da gruppi e movimenti sociali di base (*grass roots*), deriva dal fatto che “beni comuni” e “beni relazionali” evocano chiaramente modalità di cooperazione tra le persone, e di interazione tra le persone e le cose, molto diverse da quelle che conosciamo. Mettere l'accento sul “bene” in sé (e non sulle “cose”, sulle risorse reificate in oggetti-merce) e sulla pluralità dei soggetti partecipanti significa - con tutta evidenza - voler rovesciare i pilastri del sistema socioeconomico dominato dalle logiche di mercato: l'individualismo proprietario, la competitività, l'accaparramento, il consumismo.

Il concetto di *commons* (Elinor Ostrom, Stefano Rodotà, Davide Bollier, Raj Patel ...) e quello dei “beni relazionali” (Pierpaolo Donati, Martha Nussbaum, Luigino Bruni, Carole Uhlaner ...) fanno riferimento a valori, pratiche e regole sociali che vanno oltre i paradigmi tradizionali dell'economia, o – per meglio dire – dell'economicismo imperante.

Si tratta di concetti che potrebbero esserci di grande aiuto in un'epoca in cui si contano più i fallimenti che i successi dell'assolutismo economico capitalista, del turbo- liberismo, del finanz-capitalismo... In un'epoca in cui tutti affermano - a parole - di voler rimettere l'economia al servizio della società e alle dipendenze delle scelte politiche democratiche.

L'idea di base dei “**beni comuni e relazionali**” (mi si permetta di unificare questi due concetti – perché è questa la tesi che vorrei sostenere) è che sia possibile soddisfare meglio le esigenze delle persone, i loro bisogni fondamentali e anche i loro desideri più autentici, condividendo le risorse disponibili, le tecnologie, le conoscenze, le esperienze ... piuttosto che privatizzarle e metterle al servizio della ricerca del massimo profitto monetizzabile.

Le “buone relazioni” sono un bene comune sociale, non assoggettabile ad alcuna forma di possesso esclusivo (certamente non privatistico, ma nemmeno pubblico-statale). Così come i beni comuni, i domini collettivi, gli usi civici, i patrimoni storici e artistici, fisici o immateriali ... non sono alienabili, né frazionabili.

I “beni comuni e relazionali” sono certamente dei **beni economici** a tutti gli effetti, perché **producono utilità**, alle persone, alle comunità di riferimento e alla società intera, ma non sono regolati dalle logiche standard di mercato.

I “beni comuni e relazionali” infatti sono sempre: personali, sincronici, situati. Non sono quindi sostituibili, accumulabili, monetizzabili.

I “beni comuni e relazionali” prefigurano delle comunità di riferimento in grado di gestirli. Ha scritto Raj Patel: “E’ il nesso che si instaura tra gli individui che definisce il bene comune. Nella gestione collettiva del bene gli individui si uniscono e creano una *communitas*, realizzano un progetto collettivo, operano pratiche condivise (...) La gestione collettiva delle risorse comuni richiede una rete di relazioni sociali finalizzate a tenere a freno gli istinti più vili”, l’egoismo, l’avidità, la sopraffazione.

Il guaio è che siamo (male) abituati a pensare che l’economia sia solo “*una*”, quella che ci hanno insegnato a Ragioneria: quella della partita doppia (dare e avere) e che nelle intraprese economiche conti solo l’ultima riga del bilancio: l’utile. O il Pil. Peccato che in questo modo si perdano di vista non solo le “esternalità negative” (gli impatti ambientali e sociali collaterali), ma anche gli aspetti qualitativi del buonvivere, del ben-lavorare, di tutto ciò che dà un senso positivo alle attività umane.

Le teorie economiche su cui si fondano le politiche economiche oggi (in tutto il mondo ormai colonizzato dal pensiero unico economicista) sono del tutto incapaci di cogliere gli aspetti qualitativi e di senso profondo delle azioni umane. Per il Pil (e per i famosi “investitori anonimi”) produrre cannoni o frumento è la stessa cosa. Per la gente no.

Permettetemi una stupida banalità: avere (o non avere) un reddito è davvero decisivo, ma per il nostro equilibrio mentale conta anche **come** si guadagnano i soldi e come li si spendono. Se penso di averli ottenuti “male” (sacrificandomi troppo o, all’opposto, in modo non del tutto onesto), probabilmente, sarò indotto a cambiare anche i miei stili di vita e forse anche il mio modo di pensare e di comportarmi con il prossimo. Diventerò più aggressivo o sarò morso dal risentimento o, semplicemente, mi deprimerò. I disturbi mentali, infatti, sono le “malattie sociali” del nuovo secolo. Il secolo che è stato definito del “Neurocapitalismo”.

Per essere ancora più preciso, penso che relazioni tra individui viziate da rapporti di potere impari, subalterni, inferiorizzanti (come quelle di stampo patriarcali – per fare l’esempio più macroscopico) possono produrre solo effetti sociali sconvenienti, controproducenti. Come dicono gli economisti: “esternalità negative, “*Demerit Goods*”, merci che provocano impatti negativi sulle persone e sull’ambiente.

Tra di noi, forse non serve scomodare Gandhi per ricordare il noto principio secondo cui: “Le modalità di azione stanno al risultato come i semi ai frutti”.

Non è un caso, quindi, se la letteratura sui concetti di “beni relazionali” e di “beni comuni” si intreccia con la letteratura scientifica sull’economia sociale e solidale, sull’economia civile, sull’economia di cura, sull’economia partecipativa, sull’economia di comunità (di olivettiana memoria), sulla bio-economia, sull’economia rigenerativa ... fino all’economia comportamentale e della felicità (gli ultimi premi Nobel di questo si sono occupati). Concetti che sono alla base anche di tante ipotesi sul “post-capitalismo” (Paul Mason).

Ecco perché è così importante – a partire dai beni comuni e relazionali - riuscire a immaginare (e a sperimentare) **nuove forme di cooperazione sociale** (di produzione, di scambio, di fruizione dei beni e dei servizi) capaci di generare rapporti umani più evoluti, più ricchi di affettività, il meno anonimi possibili, il più solidali e paritari possibili.

Per dirla con Giacomo Becattini, serve “una ambiziosa svolta teorica” (*La coscienza dei luoghi*, Donzelli 2015) che faccia rientrare l’economia negli ambiti dell’etica.

Il filosofo Roberto Mancini ha scritto: “Quando viene detto ‘economia’ non è mai qualche cosa di solamente economico. L’economia è spiritualità, cultura, etica, politica, tradizione” (*Trasformare l’economia*, Franco Angeli 2014).

L’economia non è solo “l’economia dei soldi” (come la chiama Bergoglio). Economiche sono tutte le forme di produzione, di scambio e di fruizione di qualsiasi bene o servizio utile al buon vivere delle persone. L’economia è prima di tutto cura di sé, degli altri, del mondo (come sostengono giustamente le eco-femministe).

Ha scritto Michel Bauwens (un pioniere dell’economia P2P, *peer tu peer*, produzioni alla pari): “Oggi il valore è co-creato nella sfera sociale e civile e non può essere limitato al valore economico che viene normalmente riconosciuto dal sistema di mercato”.

Chiediamo quindi all’economia di tornare ad essere la disciplina del “buon vivere in comune” (MAG, *Cooperiamo per l’economia del buon vivere in comune*, Autogestione n. 1 2017).

La teoria economica dei “Beni relazionali” si occupa della qualità delle relazioni che si instaurano tra le persone coinvolte nella generazione e nella utilizzazione dei beni e dei servizi.

La teoria dei *commons* si occupa del miglior utilizzo delle risorse materiali e immateriali “funzionali all’esercizio dei diritti fondamentali delle persone” (per usare una formula di Rodotà).

Sia nella teoria dei “beni relazionali”, sia in quella dei “beni comuni” non è possibile separare l’oggetto concreto (la risorsa, il prodotto o il servizio reso) dalla relazione che si instaura tra i soggetti.

Estremizzando, si potrebbe dire che il “bene” concreto, l’oggetto o il servizio attorno cui si sviluppano le relazioni tra le persone, viene messo in una posizione secondaria, di supporto all’obbiettivo fondamentale che è creare socialità, comunanza, condivisione.

“La relazione è il bene”. Il bene è “fatto *di* relazioni” (Bruni, Nussbaum). Qualche cosa che eccede l’oggetto in sé. “Il bene relazionale è qualche cosa che eccede l’oggetto in sé.

I beni e le relazioni sono inscindibili: un bene è tale solo se soddisfa le potenzialità relazionali di chi lo produce e di chi lo utilizza (contemporaneamente, sincronamente – come avviene nelle relazioni *prosumer*); una relazione è benefica solo se è generatrice di buona vita. Così come un bene comune (un *commons*) è inseparabile dalla comunità che ne usufruisce e dalle regole della governace. I *commons* vanno intesi come *patrimoni* comuni e *pratiche* comunitarie intrinsecamente legati.

In altri termini potremmo dire che siamo in presenza di “**beni buoni**” (!) solo se sono il frutto di **buone** relazioni. E, viceversa, possiamo affermare che siamo in presenza di “beni relazionali” solo se generano beni di **comune** utilità.

La - banalissima – controprova è data dal fatto che modalità relazionali “cattive” (derivanti, cioè, da rapporti privi di reciprocità, viziati da diffidenze e carenze affettive) producono inevitabilmente “mali comuni”: sofferenze, insoddisfazioni, ostilità nei riguardi degli altri, indifferenza nei riguardi delle cose pubbliche e incuria verso l’ambiente.

Mi sento di fare queste osservazioni, sicuramente inutili per tutti voi che venite da esperienze di impegno nel sociale nel mondo del volontariato, perché ho l’impressione che anche il concetto di “beni relazionali” stia correndo il rischio di essere annacquato, svilito e catturato (“sussunto”, per usare un linguaggio marxiano) dal sistema economico di mercato: le “buone relazioni” ridotte ad una mera appendice, ad un’etichetta, un bollino, da appiccicare ai soliti “beni-mercanzia”, al

solo scopo di incrementare il loro valore di mercato. O, sul versante della produzione, le “buone relazioni” all’interno delle aziende sono ridotte ad un espediente allo scopo di rendere le persone impiegate più disponibili, flessibili, affidabili, più “dedite” alle loro mansioni. Ma questa non è condivisione, reciprocità, parità!

E’ la parabola già accaduta in altri contesti. Con il bio, con il green e persino con l’etico e il solidale. (La notizia di queste settimane è che il consorzio del commercio equo e solidale CTM Altromercato ha deciso di vendere sulla piattaforma Amazon).

E’ la mia una preoccupazione esagerata?

Da alcuni anni ormai (nel mondo dell’economia, ma più in generale anche in quello delle scienze sociali) si sente parlare, di “performance extra-finanziarie”, di “output intangibili”, di “beni d’informazione”, di nuovi tipi di valori d’uso immateriali e, per l’appunto, anche di “beni relazionali”.

Tutte “cose” generate da **entità** un po’ misteriose, che prendono i nomi di “capitale umano e sociale”, di “coralità produttive distrettuali” (Becattini), di “capitale bio-cognitivo” (Fumagalli) ... e altro ancora.

Entità non immediatamente iscrivibili nelle tre categorie classiche (che ci avevano insegnato a scuola), facili da individuare come “fattori” e “strumenti” della produzione: terra, lavoro e capitale (e cioè: materie prime, forza lavoro, tecnologia e denaro).

Esiste, quindi, una quarta (o quinta) fattispecie, un altro *genus* tra i fattori produttivi, più aleatorio e impalpabile che fa riferimento ai contenuti informativi che organizzano le relazioni tra gli stakeholders. (Per fare una metafora facile pensiamo al ruolo del software piuttosto che all’hardware o all’importanza delle sequenze dei nucleotidi nella doppia elica di un gene).

Si tratta di fattori-produttivi non sempre facilmente individuabili, non immediatamente generati all’interno del luogo di produzione (della “fabbrica-stabilimento”), ma collocati tangentialmente lungo tutta la filiera produzione-distribuzione-fruizione-consumo-smaltimento... nella “fabbrica sociale diffusa”, nel reticolo di imprese cooperanti. Non per caso, **integrazione** e **circularità** sono diventati i termini più usati nelle “strategie manageriali”.

Si tratta di valori difficili se non impossibili da misurare, indicizzare, registrare, contabilizzare nei bilanci a “partita doppia” delle imprese e delle amministrazioni

pubbliche. Tanto è vero che oggi è sempre più difficile tracciare linee di demarcazione precise tra le attività che sono “direttamente” produttive (e retribuite) e quelle libere e gratuite (che però generano informazioni utili anche economicamente e fruttano i profitti – moltissimi, ma per pochissimi!).

Così come è sempre più difficile segnare un confine netto tra tempo di vita e di lavoro di ogni singola persona. Siamo sempre connessi e quindi sempre “a disposizione”, pronti a rispondere alle “opportunità che la vita ci offre” – così chiamiamo eufemisticamente le offerte di impiego che ci pervengono e che non possiamo rifiutare. Che per i giovani vuol dire: precarietà, “lavoretti”, lavoro intermittente, “*on demand*”, “lavoro alla spina”, come la mescita della birra: sempre sotto pressione, sempre a disposizione, ma usata (e pagata) solo al bisogno.

“Gli smartphone sono un modo di lavorare di continuo” afferma Giorgio Grizzotti nel suo *Neurocapitalismo* (Mimesis 2016). Tra produrre e vivere c’è una osmosi continua, veicolata dalle tecnologie informatiche e della comunicazione. Da qui prende ragione l’idea di un reddito di base incondizionato, garantito anche nei periodi di “non lavoro”. Da qui l’idea che il tempo di tutti costituisca un patrimonio collettivo, un bene comune che va gestito e utilizzato da tutti in modo equo, a beneficio di tutti.

Nel contesto del “capitalismo 2.0”, della “fabbrica sociale”, dell’“industria 4.0”, dell’intelligenza artificiale e della crescente integrazione tra “umano e tecnologia”, le “buone relazioni”, che derivano dall’organizzazione dei rapporti interpersonali e sociali (la disponibilità, l’adattabilità, la collaborazione, la fiducia, la dedizione ...), sono cruciali nel far funzionare l’intero sistema economico-produttivo al fine della creazione e determinazione dei valori economici monetizzabili degli oggetti, dei manufatti, dei servizi che vengono scambiati sul mercato sotto forma di merci.

Leggo, ad esempio, da un ultimo Dossier di Affari e Finanza (inserto settimanale di Repubblica del 5 febbraio). “Cresce la predilezione degli investitori” a favore di Bond e altri prodotti finanziari che accludono “sostanziosi reporting” di imprese con una “maggiore attenzione all’ambiente e al sociale”, alle comunità locali, compresi i buoni rapporti tra tutti gli stakeholders. Bond (ad esempio, messi sul mercato da “player primari” come Enel, Hera, Intesa San Paolo, Ferrovie dello Stato, Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo ...) che fruttano comunque “rendimenti in linea con gli altri investimenti tradizionali e addirittura in alcuni casi superiori”, assicura l’articolista.

Man mano che le esigenze sociali crescono e richiedono una sempre più specifica qualificazione non solo di tipo funzionale-utilitaristica dei beni di consumo, assumono sempre più rilevanza gli attributi di senso, simbolici, emozionali, valoriali... contenuti ed espressi nelle merci.

Mi rendo conto che non si tratta di una grande novità: già gli uomini del Neanderthal (20 mila anni prima che comparisse in Europa la specie dell'Homo Sapiens) creavano oggetti senza una precisa funzione pratica, ma semplicemente per affermare un "ordine simbolico", per il riconoscimento di un'appartenenza culturale.

Creare e trasmettere contenuti di senso simbolico richiede competenze e figure professionali specializzate non solo nel campo dell'ingegneria e delle scienze naturali, ma del design, della psicologia, dell'immaginario. Nella fabbrica sociale reticolare sociologi, antropologi, scienziati delle comunicazioni, artisti... interagiscono con i tecnologi e gli economisti per tentare di mettere a sistema processi sociali complessi e complicati.

Il "valore" economico delle merci, quindi, non si misura più **solo** in base alle unità fisiche impiegate nella loro produzione (quanto acciaio, quanta energia, quanta terra e acqua, quanto tempo di lavoro e quanto macchinario serve, quanto denaro bisogna investire ...), ma anche sulla base del loro potenziale emozionale, cioè – in termini strettamente etimologici - della loro capacità di "mettere in moto", di eccitare l'immaginario degli individui come consumatori, di attrarre la loro attenzione e di stimolare il loro desiderio.

Qui il gioco si fa sottile, perché si generano ambiguità e molti conseguenti possibili equivoci.

Chiediamoci: il continuo sforzo innovativo messo in atto dalle imprese produttrici è mirato a venire incontro alle attese delle persone, per migliorare la soddisfazione, il benessere e persino la loro felicità, o non invece ad indurre rivalità e invidia tra i consumatori (creando competizioni posizionali), a catturare clienti, fidelizzare e indebitare le famiglie e succhiare più denaro possibile dai loro redditi ...?

Insomma ci sono "relazioni" e "relazioni", buone o cattive, che aumentano la autonomia o al contrario la dipendenza degli individui, che potenziano le capacità personali o le disabilitano, che creano relazioni comunitarie vere o invece disarticolano i legami sociali e isolano gli individui soli.

Allora – anche nel caso dei “beni relazionali” – bisognerebbe riuscire a distinguere con attenzione tra quelli che servono semplicemente e solamente ad aggiungere un valore commerciale alle merci (Brand Reputation) e a supportare le strategie manageriali volte alla massimizzazione delle informazioni utili ad incrementare i vantaggi competitivi delle imprese e far vendere ciò che viene prodotto , e invece quei “beni relazionali” capaci di generare inter-azioni benefiche tra le persone, creare socialità e solidarietà, legami civili e affettivi, favorire la buona vita e il buon vivere.

Se tutto ciò ha una base di realtà, e cioè se i beni comuni e relazionali creati dalle moltitudini di individui che si scambiano gratuitamente (in ecosistemi collaborativi) informazioni, servizi, conoscenze, servizi di cura e manutenzione dei luoghi e delle cose di comune interesse, sono “catturati” (tramite le infrastrutture e le piattaforme informatiche) dentro il sistema economico di mercato e generano (inconsapevolmente) flussi di valore monetario importanti che vengono incamerati dalle centrali delle imprese *big-data* e messi a frutto dalle loro holding consociate (finanziarie e produttive), allora tutto ciò consegna alle persone comuni un enorme potenziale potere. Le “buone relazioni” e i “beni comuni”, infatti, appartengono agli abitanti della terra, tutti noi. Possiamo decidere di farceli rubare (vedi l’ultimo “scandalo” di Cambridge Analytica), di cederli magari facendoceli pagare (imparando a negoziare gli algoritmi). Ma possiamo anche decidere di tenerceli per noi. Basterebbe decidere di soddisfare i nostri bisogni e i nostri desideri fuori dai canali del mercato. Come fanno i correntisti delle Banche del tempo, i gasisti dei gruppi di acquisto, gli utilizzatori di software liberi, gli utilizzatori di sistemi di scambio non monetari, i risparmiatori delle MAG e delle banche etiche, coloro che si approvvigionano di energia elettrica da fonti rinnovabili, che preferiscono la bicicletta ai SUV, i negozi dell’equo e solidale agli ipermercati, la verdura alla carne... Tutte azioni che si compiono dentro l’ecosistema culturale dei beni comuni e relazionali.

Roma 24 marzo 2018