

**domenica 27 novembre 2011**

**Tibor Scitovsky: Joyless Economy**



Perché se è vero che staremmo meglio lavorando meno e coltivando più i rapporti con gli altri, continuiamo a lavorare troppo e a investire troppo poco nell'amicizia?

Una prima risposta è affermare che le persone non sono razionali: sbagliano sistematicamente nel fare i conti circa il proprio benessere.

Spiegazioni che cercano di dirci perché la gente è irrazionale sono quelle che derivano dalla teoria di Tibor Scitovsky, un fondatore degli studi sulla felicità. Nella sua *Joyless Economy* (1976) egli ci offre una spiegazione che ancora oggi si presta molto bene a includere anche i beni relazionali (assenti dal suo discorso). L'ipotesi di fondo è la sua distinzione tra beni di "comfort" e beni di "creatività".

I beni di comfort danno stimolazioni immediate, sensazioni piacevoli di breve periodo, ma la soddisfazione che conferiscono non si protrae nel tempo. I beni di comfort sono un paio di scarpe, un frigorifero, un'automobile. Hanno in comune un'utilità che decresce fortemente con l'uso, portando subito alla noia. Anzi, per i beni di comfort durevoli, col passare del tempo "averli tra i piedi" è fonte di disutilità, e di desiderio di comprarne di nuovi... e il ciclo ricomincia.

I beni di "creatività", invece, hanno normalmente la caratteristica opposta: la loro utilità marginale è crescente, più li uso più mi arrecano benessere. Esempi classici sono i beni culturali /certa musica, lettura teatro ecc.e - anche se Scitovsky non ce lo dice - i beni relazionali, come la "commensalità", che conferiscono al tempo stesso comfort e creatività, sono beni di questo tipo.

Scitovsky sostiene che consumiamo troppi beni di comfort e pochi beni di creatività perché le esigenze delle moderne economie spingono nella direzione di rendere molto poco accessibili, o estremamente cari, i beni di creatività, e soprattutto tendono a rimpiazzarli con beni di comfort spacciati per beni di creatività. Noi consumiamo troppo comfort perché questo si presenta sempre più sotto le mentite spoglie di bene di creatività ma a costo molto più basso del bene di creatività vero.

Perché invece consumiamo così pochi beni relazionali? I beni relazionali sono tipici beni di creatività e anche qui il mercato tende a offrire beni di comfort che li simulano. Il tempo consumato davanti alla TV agisce contro i beni relazionali in due modi: è tempo sottratto ai rapporti con gli altri, ma è anche un *consumo di beni relazionali simulati*. Infatti, se i programmi televisivi offrono sempre più prodotti che assomigliano ai rapporti umani veri e propri (talk show, reality show...), in realtà, però, essi sono beni di comfort che spiazzano i veri beni relazionali.

Due dati: in tutti i paesi del mondo il numero di ore passate davanti alla TV è inversamente correlato all'indice di felicità e nei paesi OCSE le ore davanti alla TV crescono assieme alle ore di lavoro. Come mai? Perché persone più stanche per il lavoro tenderanno a consumare finti beni relazionali perché costano meno, richiedono meno energie della coltivazione di amicizie vere. Ma c'è di più: i beni di comfort creano dipendenza (*addiction*), quindi per ottenere lo stesso piacere di ieri, oggi dovrò consumare più beni di comfort.

In conclusione ancora una considerazione: lo sviluppo tecnologico tende a ridurre i costi dei beni di mercato standard, ma non fa altrettanto con i beni relazionali, la cui "tecnologia" è più o meno la stessa dai tempi di Adamo ed Eva. Il costo relativo dei beni relazionali tende quindi ad aumentare nei paesi a tecnologia avanzata.

[L. Bruni e P.L. Porta: "Felicità e libertà"]

Publicato da *LWS* W. Vencelowe