

Etica ed Economia

Collana di approfondimento di tematiche etiche e economiche.
Il comitato scientifico è composto da:

Rosa Maria Fanelli
José Luis Fernández Fernández
Maria Antonietta La Torre
Franco Manti
Isabella Varraso
Michele Vigilante

La Responsabilità Sociale d'Impresa sembra oggi rappresentare l'unica strada possibile per un mondo economico più etico e rispettoso delle comunità in cui opera. Essa apre nuovi scenari, mettendo in discussione ogni teoria meramente economica per dar voce ad un binomio imprescindibile, quello che vede uniti i principi economici a quelli morali.
Questo volume raccoglie alcuni contributi di autorevoli studiosi che negli ultimi anni hanno saputo affrontare e studiare a fondo il tema della RSI in un confronto aperto con il mondo imprenditoriale.

Il libro è frutto del lavoro svolto nell'ultimo anno dall'Associazione "Ethos Puglia" ed è stato realizzato grazie all'iniziativa Principi Attivi, promossa dalla Regione Puglia - Assessorato alla Trasparenza e Cittadinanza Attiva nell'ambito del Programma Regionale per le politiche Giovanili "Bollenti Spiriti" e dell'Accordo di Programma Quadro "Giovani idee per una Puglia migliore", sottoscritto in data 4 aprile 2008 con la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive ed il ministero dello Sviluppo Economico.

ISBN 978 88 95 210 46 9

25,00 (i.i.)



1

scrittori meridionali
editore

Etica ed Economia il binomio possibile

AA. VV.

AA. VV.

Etica ed Economia il binomio possibile

a cura di Michele Vigilante

Premessa di Isabella Varraso





Collana di
ETICA ED ECONOMIA





ISBN 978 8895210 46 9



Della presente edizione:

© 2010 Sentieri Meridiani Edizioni

Printed in Italy

Comitato sceintifico composto da: ROSA MARIA FANELLI, JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ,
MARIA ANTONIETTA LA TORRE, FRANCO MANTI, ISABELLA VARRASO, MICHELE VIGILANTE

Nessuna parte di questa pubblicazione
può essere tradotta, ristampata o riprodotta,
in tutto o in parte, con qualsiasi mezzo, elettronico,
meccanico, fotocopie, film, diapositive o altro
senza autorizzazione della Sentieri Meridiani Edizioni.

Sentieri Meridiani Edizioni

Sede Leg: Via Piave, 56 - 71100 Foggia

Sede Op: Via Piave, 56 - 71100 Foggia

Tel. e fax 0881-368094

E-mail: sentierimeridianiedizioni@yahoo.it

www.sentierimeridiani.it





A.A.V.V.

Etica ed economia il binomio possibile

a cura di Michele Vigilante



Prefazione di Isabella Varraso







INDICE

Premessa di ISABELLA VARRASO	7
SCELTE DI MERCATO Una teoria della decisione ragionevole di FRANCO MANTI	9
DALLA CORPORATE GOVERNANCE ALL'ETICA D'IMPRESA di MARIA ANTONIETTA LA TORRE	63
LA CERTIFICAZIONE ETICA: un nuovo impegno per le imprese agro-alimentari di MARIA ROSA FANELLI	79
ANOMIA, LIBERISMO CRITICO ED IMPRESA-COMUNITÀ di FIAMMETTA FANIZZA	117
ETICA E TEORIA D'IMPRESA di JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ traduzione di PAMELA COLOGNA	131
RITORNO A SMITH OVVERO LA QUESTIONE MORALE di DOMENICO DI IASIO	149
LA RESPONSABILITÀ SOCIALE, QUALI VANTAGGI PER LE IMPRESE? di MICHELE VIGILANTE	169
NOTE BIOGRAFICHE	181





Premessa

Il tema della responsabilità sociale d'impresa è di grande attualità, basti pensare alla crescente sensibilità collettiva nei confronti della tutela dei diritti umani e dell'ambiente sollecitata, fra l'altro, dagli attuali processi di globalizzazione e dalla recente crisi economica mondiale.

I contributi che compongono il presente volume sono di rilevante interesse per gli approfondimenti di ricerca condotti da prospettive e punti di vista diversi. Sono, inoltre, efficace testimonianza del lavoro di indagine scientifica maturato in quest'ultimo anno e che ha visto protagonista anche la Facoltà di Economia dell'Università di Foggia.

Da Adam Smith ad oggi l'urgenza di impegno sociale per le imprese non è soltanto legato alle enunciazioni teoriche ma si è gradualmente trasformato in azione pratica e necessaria. I paradigmi dell'economia classica di fronte al fallimento della cultura capitalista cedono oggi il passo ad una riflessione più profonda del sistema economico e ad una maggiore responsabilizzazione degli attori sociali.

La presente pubblicazione, intitolata significativamente "Etica ed Economia: il binomio possibile", dimostra concretamente, fra l'altro, la consapevolezza nei ricercatori dell'importanza di coniugare opportunamente teorie economiche con logiche d'impresa che seguano principi morali e che riescano ad agire sulle dinamiche di competitività. Rappresenta un ulteriore contributo ad un ambito di ricerca ancora nuovo in Italia ma che sta assumendo sempre più rilevanza nei dibattiti accademici mondiali.



L'esigenza di una formazione universitaria economica al passo con i tempi e adeguata anche in relazione a queste problematiche rendono l'Etica economica un ambito di studio trasversale che affronta i temi connessi all'etica d'impresa nella duplice veste epistemologica ed operativa, per trovare soluzioni a beneficio dell'intera comunità in cui l'impresa opera.

Prof. Isabella Varraso
Preside della Facoltà di Economia
Università degli Studi di Foggia





SCELTE DI MERCATO. Una teoria della decisione ragionevole

di FRANCO MANTI

PREMESSA.

In questo scritto mi propongo di argomentare a sostegno della ripresa di quello che ritengo uno dei contributi fondamentali del pensiero di A. Smith: la non separazione di etica, economia, politica nelle relazioni interumane e, specificamente, in quelle di mercato. La letteratura sulla continuità o discontinuità fra lo Smith filosofo morale e lo Smith economista è assai vasta. Ho ritenuto di prendere in considerazione due approcci che sostengono, per ragioni diverse, l'unitarietà del pensiero di Smith e di spiegare perché concordo con quello secondo cui la *Ricchezza delle nazioni* recepisce le istanze etiche presenti in *Teoria dei sentimenti morali* e non si configura, pertanto, alcuna contrapposizione fra le ragioni dell'etica e quelle dell'economia. Smith, come i suoi "eredi" Hayek e Sen non è un teorico della concorrenza perfetta, né dell'*homo oeconomicus*.

Su questa base, riprendendo la teoria della scelta elaborata da Sen, ho cercato di dimostrare la rilevanza etica delle scelte in relazione a ragioni e di configurare, almeno in embrione, i caratteri fondamentali di una teoria della decisione ragionevole. Infine, ho preso in considerazione la possibile integrazione fra Responsabilità Sociale d'Impresa e approcci all'etica d'impresa basati sulla *Teoria degli Stakeholder* come un terreno, oggi, privilegiato in cui è possibile attuare la ricomposizione fra etica ed economia sulla base di decisioni ragionevoli.

Ho, dunque, circoscritto l'argomento oggetto della trattazione alla



scelta e alla decisione (con particolare riferimento al mercato), mentre non ho preso in considerazione, se non con qualche accenno, le questioni collegate alla scelta sociale e, più in generale, al rapporto economia – politica poiché esse richiedono una elaborazione specifica e ampia che qui non era possibile.

ALLE ORIGINI DELL'ECONOMIA POLITICA: UN'ELABORAZIONE TEORICA CONTROVERSA.

È opinione diffusa, anche se non da tutti condivisa,¹ che la pubblicazione de *La ricchezza delle nazioni*, nel 1776, segni l'inizio dell'economia politica moderna. Il suo autore, Adam Smith, insegnava filosofia morale presso l'università di Glasgow. L'economia politica era una delle parti in cui si articolava il suo corso.² Quando pubblicò la *La ricchezza delle nazioni*, egli era già piuttosto famoso quale autore di *Teoria dei sentimenti morali*, dove la simpatia (*sympathy*) non è considerata soltanto come capacità di mettersi nei panni degli altri o come vocabolo che denota «il nostro sentimento di partecipazione per ogni passione, quale che sia».³ Secondo Smith, la simpatia si riferisce, soprattutto, alla «situazione che la provoca»,⁴ tanto che «talvolta sentiamo per un altro una passione di cui egli stesso pare del tutto incapace; quando ci mettiamo al suo posto, quella passione sorge in noi dall'immaginazione, sebbene non sorge in lui dalla realtà».⁵ Questa visione della simpatia,

¹ Cfr. M. N. Rothbard, *Contro Adam Smith*, Rubbettino, tr. it. Soveria Manelli, 2007. Ecco alcune citazioni: «Adam è una specie di mistero che si trova entro un puzzle avvolto in un enigma. Il mistero consiste nell'enorme divario senza precedenti fra l'esaltata reputazione di Smith e la realtà del suo dubbio contributo al pensiero economico» (*ivi*, p. 55); «[...] il problema non è semplicemente che Smith non sia stato il fondatore dell'economia. Il problema è che egli non partorì nulla che fosse vero, e che qualunque cosa egli abbia partorito era sbagliata; che, perfino in un'epoca in cui si usavano meno citazioni o note rispetto alla nostra, Adam Smith fu uno spudorato plagiatore, documentando poco o nulla e copiando di sana pianta lunghi passi, per esempio da Cantillon» (*ivi*, p. 56).

² Il corso di filosofia morale era articolato, nell'ordine in: teologia naturale, etica, giustizia, economia politica.

³ A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, tr.it., Istituto della Enciclopedia Treccani, Roma 1991, p. 8.

⁴ *Ivi*, p. 9.

⁵ *Ibidem*.



che consente di concepire i sentimenti, le passioni (oggi diremmo le emozioni) nella loro dimensione sociale e contestuale, chiarisce il senso dell'*incipit* di *Teoria dei sentimenti morali*, ossia, la socialità e relazionalità degli uomini

Per quanto l'uomo possa esser supposto egoista, vi sono evidentemente alcuni principi nella sua natura che lo inducono a interessarsi alla sorte degli altri e gli rendono necessaria l'altrui felicità, sebbene egli non ne ricavi alcunché, eccetto il piacere di constatarla.⁶

A suffragare, ulteriormente, quanto sopra, va sottolineato come Smith consideri socialità e relazionalità proprie della natura umana, «un dato di fatto troppo ovvio per richiedere esemplificazioni che lo provino».⁷ Il sentimento di dispiacere per il dispiacere altrui, come tutte le passioni originarie non è prerogativa solo di chi è virtuoso «nemmeno il peggior furfante, il più incallito trasgressore delle leggi della società ne è del tutto privo».⁸

Il problema interpretativo che si pose, quasi immediatamente, dopo il 1776, fu quello di capire se vi fosse una continuità e in che cosa potesse essere riscontrata fra la concezione antropologica, con le implicazioni che ne derivavano, espressa in *Teoria dei sentimenti morali* e quella che sembrava emergere da un'opera come *La ricchezza delle nazioni* dove il *selfinterest* e l'egoismo venivano letti quali motivazioni fondanti il comportamento di un uomo ridotto alla sua "economicità". Come potevano convivere l'uomo sociale e relazionale, motivato nelle sue scelte da una pluralità di sentimenti morali (fra i quali veniva riconosciuto un ruolo centrale alla simpatia) e quello che, nella vulgata, diventerà l'atomistico e autointeressato *homo oeconomicus* di cui si rintracciavano le ragioni nel celeberrimo passo «non è dalla benevolenza del macellaio, del fornaio e del birraio che ci aspettiamo il nostro pranzo,

⁶Ivi, p. 5

⁷Ibidem

⁸Ibidem



ma dalla considerazione del loro interesse; non ci rivolgiamo al senso di umanità, ma al loro egoismo e non parliamo loro delle nostre necessità, ma dei loro vantaggi».⁹

La questione, che portò al “problema Adam Smith”¹⁰ rimane, ancora oggi, aperta.

Poiché non mi prefiggo, in questa sede, lo scopo di un’analisi esegetica delle opere di Smith, mi limiterò a fornire alcuni argomenti a sostegno della sostanziale continuità del suo pensiero come espressione di un’esigenza, anche e soprattutto, del nostro tempo: quella di “recuperare” il rapporto fra etica ed economia come sfondo per la determinazione di scelte aziendali e di mercato eticamente consapevoli e responsabili.

Due libri, pubblicati entrambi nel 1995, hanno cercato di dimostrare, da punti di vista diversi, la continuità sussistente nel pensiero di Smith.¹¹ Nel primo, l’autore L. Infantino, sottolinea la comunanza di pensiero fra B. de Mandeville e A. Smith, considerati entrambi precursori della “scuola austriaca”, e, dunque, dell’individualismo metodologico e della concezione per cui le azioni umane originano un ordine spontaneo (talì sono le istituzioni statuali) indipendentemente dalle intenzioni di quanti lo generano. Secondo Infantino, la società è possibile poiché consente lo scambio cui gli uomini sono spinti dalla necessità di soddisfare i propri bisogni. È proprio nell’atto dello scambio che si mostra la presenza e la “forza” dell’egoismo: «dammi la tal cosa di cui ho bisogno e te ne darò un’altra di cui hai bisogno tu».¹² Come sottolinea L. Bruni, si tratta di quello che, in teoria dei giochi, viene definito un gioco a somma positiva. Affinché la relazione di scambio non diventi un gioco a somma zero, bastano un minimo di leggi «perché l’etica mercantile in base alla quale ciascuno sa che non può ingannare due

⁹ A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, tr. it, Newton, Roma 1995, p. 73

¹⁰ Così venne identificato, in Germania, l’interrogativo sul rapporto fra le due opere di Smith. Cfr. K. Knies, *Die Politische Oekonomie vom Standpunkte der geschichtlichen Methode*, 1853

¹¹ Cfr. L. Infantino, *Ordine senza piano. Le ragioni dell’individualismo metodologico*, Nis, Roma 1995; A. Zanini, *La genesi imperfetta. Il governo delle passioni in Adam Smith*, Giappichelli, Torino 1995. Per un commento comparato delle due opere rimando a L. Bruni, «L’altro, valore o prezzo? Riflessioni sul “problema” Adam Smith», in *Nuova Umanità* XIX, n. 114, Milano, 1997, pp. 851-874

¹² A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, op. cit., p. 73



volte lo stesso contraente è di per sé sufficiente».¹³ In tal modo, i protagonisti dello scambio sono un prezzo di cui, reciprocamente, devono tener conto. Essi si “utilizzano” perché, in una società fondata sulla divisione del lavoro, non ne possono fare a meno per soddisfare i propri bisogni. La simpatia e l'osservatore simpatetico imparziale della *Teoria dei sentimenti morali* servono per formare le aspettative dei protagonisti dello scambio in quanto soggetti egoisti e autointeressati e raggiungere, nella relazione di scambio, gli obiettivi che si propongono. «Ciascuno vede cioè l'altro attraverso la “prospettiva” delle proprie personali esigenze. L'obiettivo di ciascuno è realizzare i propri progetti. I servizi di Alter sono il mezzo per tale realizzazione [...] Osservato dalla prospettiva del singolo il mondo è perciò un “campo pragmatico”, un territorio dal quale cerchiamo di ottenere vantaggi [...] una “partita doppia”».¹⁴

Oltre ai rilievi critici addotti da L. Bruni,¹⁵ che condivido, vorrei sottolineare almeno due aspetti che, a mio avviso, rendono poco convincente la lettura di Smith proposta da Infantino. In primo luogo, la frase relativa al macellaio, al panettiere e al birraio è collocata in un contesto più ampio.¹⁶ Il discorso riguarda la divisione del lavoro e parte dalla constatazione che essa è originata dalla naturale inclinazione dell'uomo a trafficare, barattare, scambiare. In una società evoluta, l'uomo – asserisce A. Smith – ha bisogno della cooperazione e dell'assistenza di molta gente. La maggior parte delle persone, per forza di cose, non possono intrattenere rapporti di amicizia. Per ottenere ciò di cui ha bisogno, a meno che non voglia vivere da mendicante, fidando nella benevolenza altrui, dovrà dimostrare che essi trarrebbero vantaggio dal fare ciò che chiede. La massima parte di ciò che otteniamo si configura, dunque, come esito di una relazione di tipo contrattuale.¹⁷

¹³ L. Bruni, «L'altro, valore o prezzo?. Riflessioni sul “problema” Adam Smith», *op. cit.*, p. 856

¹⁴ L. Infantino *Ordine senza piano*, *op. cit.*, p. 57

¹⁵ L. Bruni, «L'altro, valore o prezzo?. Riflessioni sul “problema” Adam Smith», *op. cit.*, pp. 856 - 858

¹⁶ Su questo argomento, cfr. S. Zamagni, «Beni relazionali e felicità pubblica», in S. Semplici (a cura di), *Il mercato giusto e l'etica della società civile*, pp. 13-14, dove, fra l'altro, si afferma «[...] Adam Smith è molto più vicino alla tradizione umanista di quanto si racconti: è anch'esso un economista civile.» (*ivi*, p. 13)

¹⁷ A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, *op. cit.*, pp. 72 - 73



Va sottolineato come efficienza del mercato ed equità, in questa visione dello scambio, poggino, essenzialmente, sulla reciprocità contrattuale. Essa non richiede la benevolenza che è asimmetrica, ma la simpatia che, come si diceva, riguarda, anche e soprattutto, i contesti in cui emerge. La relazione di scambio non può, per sua natura, basarsi sulla benevolenza, ma ciò non toglie che possa essere giudicata positivamente o negativamente, nella sua concretezza, dall'osservatore imparziale che fonda il suo giudizio sul sentimento morale della simpatia. L'egoismo di cui parla Smith risulta, perciò, "depotenziato". Non si tratta né di quello di Mandeville, né di quello dell'*homo homini lupus* di Hobbes, ma della preoccupazione per il proprio benessere che simpateticamente siamo reciprocamente disposti a legittimare socialmente. Se così non fosse, sarebbe difficile pensare una società minimamente complessa e le sole prospettive possibili sarebbero l'accattonaggio o il ladrocinio (in fondo è tale anche uno scambio nel quale uno imponga all'altro la non equivalenza di valore fra gli oggetti dello stesso).

Il secondo aspetto, riguarda l'appropriatezza (*property*). Infantino sembra dimenticare come essa costituisca il criterio in base al quale l'osservatore simpatetico imparziale esprime il suo giudizio sui comportamenti. Infatti, la "continuità" che egli riscontra nel pensiero di Smith viene ricondotta all'idea che simpatia e osservatore simpatetico imparziale siano mezzi con i quali è possibile, per ognuno, perseguire al meglio il *self-interest*. L'appropriatezza viene, pertanto, identificata, indebitamente, con l'utilità (humana) e l'interesse egoistico risulta, così, l'asse teorico tanto di *Teoria dei sentimenti morali* che de *La ricchezza delle nazioni*.¹⁸

La trattazione dell'appropriatezza costituisce il nucleo centrale del libro di A. Zanini secondo il quale l'originalità di Smith sta nell'aver metabolizzato l'ottimismo antropologico del *moral sense* di Hutcheson e il criterio di utilità di Hume «criticando i due sistemi per il loro apriorismo, in base al quale viene assolutizzato un aspetto della natura umana, quando, invece essa è complessa e va colta nell'agire concreto,

¹⁸ L. Bruni, «L'altro, valore o prezzo?. Riflessioni sul "problema" Adam Smith», *op. cit.*, p. 856 e p. 860



dove pone in essere comportamenti benevolenti ed egoistici.».¹⁹ Come si è detto il giudizio morale sui comportamenti non riguarda la natura degli stessi, ma il rispetto del criterio di appropriatezza. Ritengo, inoltre, che dalla teoria di Smith si tragga un'ulteriore importante indicazione: l'appropriatezza non è scindibile, ossia non è possibile parlare di diverse appropriatezze, ad. es. etica o economica, poiché si tratta di un criterio di giusto grado (*proper degree*) che l'osservatore simpatetico imparziale adotta per esprimere un giudizio di valore sui comportamenti. In *Teoria dei sentimenti morali*, viene dedicata all'appropriatezza l'intera prima parte nella quale occupa ampio spazio la definizione e l'analisi della simpatia. La particolare natura di questo sentimento fa sì che esso possa essere rapportato a tutte le passioni, anche a quelle egoistiche.²⁰ Smith ritiene che tali passioni occupino «una sorta di posto intermedio fra le passioni sociali e quelle asociali.».²¹ Subito dopo, viene sottolineato come «il perseguire oggetti di interesse privato in tutti i piccoli comuni casi ordinari dovrebbe scaturire più da un riguardo per le regole generali che prescrivono tale condotta che da una passione per gli oggetti stessi.».²² Sicuramente meno noto di quello del “macellaio” della *Ricchezza delle nazioni*, ma particolarmente significativo è il passo dedicato al “volgare commerciante”

Essere ansioso oppure ordire qualche trama per guadagnare o risparmiare un singolo scellino, sarebbe degradante, nell'opinione di tutti i vicini perfino per il più volgare commerciante. Per quanto meschina sia la sua situazione, nella sua condotta non deve apparire alcuna preoccupazione per tali piccole cose in se stesse. La situazione può richiedere l'economia più severa e la più minuziosa attenzione, ma l'esercizio di quell'economia e di quell'attenzione non deve derivare tanto da un riguardo per quel particolare guadagno o risparmio, quanto piuttosto dalla regola generale che gli prescrive, con estremo rigore, tale tenore di condotta. La sua parsimonia di oggi non deve sorgere da un desiderio particolare dei tre pence che risparmierà, né la sua presenza al negozio da una passione particolare per i dieci pence che ne ricaverà: sia l'una che l'altra

¹⁹ Cfr. *ivi*, p. 859

²⁰ Cfr. A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, op. cit., pp. 51 - 55

²¹ *Ivi*, p. 232

²² *Ibidem*



dovrebbero derivare solo da un riguardo per la regola generale che prescrive con il più inflessibile rigore questo modello di condotta a tutte le persone che conducono una vita come la sua: in questo consiste la differenza fra il carattere di un avaro e quello di una persona accurata ed economa. L'uno si preoccupa per le piccole faccende in se stesse, l'altro solo come conseguenza dello schema di vita che ha stabilito per sé.²³

Quanto agli oggetti più importanti dell'interesse egoistico, Smith evidenzia come avremmo scarso rispetto per chi, avendone la possibilità, non si sforzasse di acquisire una proprietà o un impiego importante, naturalmente senza compiere nulla di spregevole o ingiusto.

Anche un commerciante è considerato un pusillanime dai propri vicini se non si dà da fare per concludere quel che essi considerano un affare straordinario o insolitamente vantaggioso. Spirito e passione costituiscono la differenza fra l'uomo intraprendente e l'uomo di ottusa regolarità. A quei grandi oggetti di interesse egoistico la cui perdita o acquisizione muta completamente il rango di una persona è diretta la passione propriamente chiamata ambizione, una passione che, se mantenuta nei limiti posti da prudenza e giustizia, è sempre ammirata nel mondo [...]²⁴

I due brani che ho citato sono di particolare interesse perché fanno comprendere come le passioni egoistiche del commerciante debbano rispondere a una regola generale concernente la sua scelta di vita ossia l'esercizio della sua professione e non derivino da una pulsione incontrollata e fine a se stessa. In altri termini, chiunque scelga di fare il commerciante non può che comportarsi nel modo descritto da Smith. Questo perché convergono nella determinazione del comportamento e, dunque, nell'etica del commerciante altri fattori socialmente rilevanti: la reputazione, la prudenza e la giustizia come limiti all'ambizione egoistica e lo spirito e la passione del commerciante (oggi potremmo anche dire dell'imprenditore) come moventi di tale ambizione. Non a caso, subito dopo i brani citati, Smith tratta le regole generali delle virtù e, in particolare, quelle della giustizia «virtù le cui regole generali determinano con la massima esattezza ogni azione esteriore che quella

²³ *Ibidem*

²⁴ *Ivi*, p. 233



virtù esige.».²⁵ Ciò significa che nessuna passione egoistica può mai far premio sulla giustizia. Anche i rapporti di scambio, propri della dimensione economica, non fanno eccezione. Smith si occupa del rapporto fra dimensione economica e giustizia nella sua proiezione pubblica, ossia degli aspetti giuridici e politici concernenti l'amministrazione di quest'ultima, nel Cap. I del Libro V de *La ricchezza delle nazioni* dove, fra l'altro, non manca di sottolineare come far sottostare la giustizia al guadagno sia fonte di gravi abusi.²⁶ Una riprova che, per Smith, non sussisteva né una totale autonomia dell'economia dal diritto e dalla politica oltre che dall'etica, né una priorità della sfera economica sulle altre e nemmeno un "modello del mercato" quale "idea regolatrice" cui conformare i comportamenti umani o almeno quelli socialmente rilevanti. In sintesi, l'uomo prudente de *La ricchezza delle nazioni* è identico a quello di *Teoria dei sentimenti morali*. L'osservatore simpatetico imparziale è la figura teoretica cui Smith ricorre come medio - sociale che consente di rendere appropriate le azioni qualunque sia la nostra collocazione sociale e all'interno della divisione del lavoro. Pertanto «il prudent man è colui che sa mediare fra le spinte che provengono dalle virtù inferiori (tra cui l'egoismo) e dalla benevolence, è l'uomo che agisce tenendo conto del principio di appropriatezza.».²⁷

Quella che Smith configura, in entrambe le opere cui si è fatto riferimento, è una forma di etica relazionale che, empiricamente, non prescinde dalla collocazione sociale di ognuno nella divisione del lavoro e dal più ampio contesto della società civile di cui tale divisione è componente fondamentale. Il macellaio, il panettiere, il birraio non hanno, quando espletano la loro professione, il dovere morale della benevolence (li porterebbe al fallimento), come non l'hanno i loro clienti. L'osservatore simpatetico imparziale (medio - sociale "non condizionato" dalla *benevolence*) porta a concepire quella fra commerciante e cliente come una relazione negoziale che è giusta se produce un mutuo vantaggio. Entrambi agiscono secondo virtù, cioè eticamente, quando lo scambio gode della loro autoapprovazione.²⁸

²⁵ *Ivi*, p. 235

²⁶ Cfr. A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, *op. cit.*, pp. 589-590

²⁷ L. Bruni, «L'altro, valore o prezzo?. Riflessioni sul "problema" Adam Smith», *op. cit.*, p. 860

²⁸ Cfr. A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, *op. cit.*, p. 239



Ciò contribuisce a spiegare perché il celebre passo de *La ricchezza delle nazioni* concernente l'egoismo del macellaio, ecc, sia preceduto da quello in cui si afferma che «l'uomo ha quasi sempre bisogno dell'aiuto dei suoi simili»²⁹ e perché sia fonte di interpretazioni unilaterali il suo non contestualizzarlo all'interno dell'intera trattazione dedicata alla divisione del lavoro.

Resta ancora un aspetto del pensiero di Smith, talvolta tralasciato, ma mio avviso, di grande interesse: il ruolo della politica. Se il progresso (*the progress of improvement*) è possibile grazie alla divisione del lavoro e se questa comporta, con la complessificazione della società,³⁰ relazioni di scambio basate sul *self-love*,³¹ viene a configurarsi uno "spazio" diverso da quello delle relazioni private e amichevoli fondate sulla *benevolence* e da quello politico relativo al rapporto fra governati e governanti e fra essi le istituzioni e la burocrazia dello Stato. Questo spazio che fuoriesce dal privato, nel quale le relazioni hanno rilevanza sociale e pubblica, che è il luogo del conflitto e della negoziazione fra i diversi interessi, nel quale convivono e si confrontano diverse concezioni della vita buona e si esprime anche la libertà di culto religioso (che veniva identificata con la possibilità di pregare pubblicamente Dio), configura una sorta di dimensione intermedia fra privato e politico. Tale dimensione assume nel sec. XVIII la denominazione di società civile³² (*civil society*). Nel secolo precedente, società civile era considerata sinonimo di società politica e identificava la nuova realtà determinatasi con la fuoriuscita degli uomini dallo stato di natura e la fondazione dello Stato.³³ Nel 1767, Adam Ferguson pubblicò *An Essay on the History of Civil Society* nel quale la società civile viene analizzata nella sua

²⁹ A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, op. cit., p. 73

³⁰ Cfr. *ivi*, p. 72

³¹ Smith utilizza il termine *self-love* e non *selfishness*. Il dominio semantico del primo è più ampio del secondo e richiama, oltre che all'egoismo, a un più generale amore verso se stessi di cui il *self-interest* è un aspetto. Probabilmente la scelta di utilizzare *self-love* corrispondeva all'idea di inserire tale "passione" all'interno di una più ampia teoria dei sentimenti morali che ne evidenziasse anche, a determinate condizioni, la funzione positiva. Cfr. A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, op. cit., p. 28

³² Cfr. C. Buffier, *Traité de la Société Civile*, P- F. Giffart, Paris 1726. Si tratta del primo trattato specifico sull'argomento.

³³ Cfr., ad es., J. Locke, *Due trattati sul governo civile*, tr.it., Utet, Torino 1982, II, VII, §§ 77 – 94, pp. 282 - 296



specificità. Si tratta di un testo che influenzò il dibattito di quegli anni e la pubblicistica immediatamente successiva. In particolare, Smith sviluppò l'idea che la società civile fosse caratterizzata, soprattutto, dalle relazioni di mercato, che si trattasse, essenzialmente, di una *commercial society*.³⁴

Come si è detto precedentemente, le transazioni commerciali sono basate sul *nexus of contracts* che richiede affidabilità dei contraenti, dei processi produttivi e dei prodotti. «In questo modo la società commerciale allarga il campo delle possibili relazioni a tutti i soggetti che condividono un insieme minimo di caratteristiche rilevanti; al tempo stesso esclude tutti coloro che risultano, per un verso o per l'altro, inaffidabili rispetto agli standard contrattuali e tecnologici.»³⁵ Poiché non tutti sono *prudent men*, la *benevolence* non è propria delle relazioni commerciali e la divisione del lavoro può generare conflitti così come l'eccesso di *self-love*, si configura come compito della politica, attraverso le istituzioni e la legiferazione, quello di creare le condizioni affinché soggetti autonomi e responsabili nell'assunzione di decisioni, singolarmente e socialmente rilevanti, possano perseguire i loro progetti di vita (compresi quelli filantropici fondati sulla *benevolence*) senza arrecare danni o impedimenti ad altri. Si tratta di quella condizione eminentemente politica che pone limiti all'eccesso di *self-love* che si trasforma in prevaricazione dovuta a posizioni di forza naturali, economico – sociali, istituzionali e nell'esercizio dei poteri relativi al governo.³⁶ Si tratta di una visione del tutto simile a quella di Locke il che traspare, anche, dalla visione del *commonwealth* nel quale più che al *weal*, genericamente, ci si riferisce al *wealth*, ossia alla dimensione economica del bene comune.³⁷

Nonostante Smith non fosse un contrattualista, la sua concezione del *commonwealth* come società politica e della funzione del governo

³⁴ A. Ferguson parla di «polished and commercial nations». Cfr. Id., *An Essay of the History of Civil Society*, Edimburg, parte IV, sez. III, p. 338

³⁵ R. Scazzieri, «Società civile: contesti, punti focali e razionalità economica», in *Keiron*, n. 6, marzo 2001, p. 119

³⁶ Cfr. C. Napoleoni, *Smith - Ricardo - Marx: considerazioni sulla storia del pensiero economico*, Boringhieri, Torino 1970, p. 56

³⁷ Cfr. F. Manti, «Repubblica e commonwealth» in, Id. (a cura di), *Res publica*, Mimesis, Milano – Udine 2009, pp. 47 - 80



civile non si discosta da quella teorizzata nel Secondo trattato sul governo.³⁸

Sono queste le ragioni per cui ritengo di condividere le conclusioni cui giunge Zanini, ossia che né l'egoismo, né la benevolenza consentono, di per sé, la vita dell'uomo nella società civile. In una società in cui vigono le regole del mercato e la divisione del lavoro, i *prudent men* non separano la sfera dell'etica da quella dell'economia perché altruismo ed egoismo interagiscono,³⁹ non solo per il commerciante, ma anche per il suo cliente. La politica, a sua volta, deve fornire il contesto istituzionale e legale che detti regole certe per i contratti, non consenta le prevaricazioni (incluse quelle di quanti hanno incarichi di governo o di gestione della giustizia), consenta ai conflitti di emergere e di essere mediati mantenendo la pace sociale. Per queste ragioni «Smith è l'ultimo grande autore che riesce a coniugare etico, economico, politico».⁴⁰

DUE “EREDI” CONTEMPORANEI DI A. SMITH

Vi sono due economisti - filosofi che, pur nella differenza notevole dei loro approcci, meglio di altri rappresentano, a mio parere, l'eredità di A. Smith: F. A. von Hayek e A. Sen.

Intanto, per entrambi, vale una nota biografica attribuita da S. Ricossa ad Hayek:⁴¹ mentre Smith fu prima filosofo e poi economista, per loro vale l'inverso, ma per tutti è fondamentale indagare e comprendere la relazione fra libertà di scelta, dinamiche relazionali e sistemiche proprie del mercato e le questioni morali che tale relazione fa emergere. Non si tratta soltanto di una risposta concernente l'«essenza del liberalismo»,⁴² a mio avviso troppo generica, ma di analisi concernenti la rilevanza etico – sociale delle scelte che operiamo nel

³⁸ Cfr. A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, op. cit., pp. 572 -664; cfr. J. Locke, *Due trattati sul Governo e altri scritti politici*, Utet, Torino 1982, II, X, §§ 132 – 133, pp. 324 -325

³⁹ Cfr. A. Zanini, *La genesi imperfetta*, op. cit., pp. 126 - 127

⁴⁰ *Ivi*, p. 177

⁴¹ Cfr. S. Ricossa, «Introduzione» in, F. A. Hayek, *La società libera*, tr.it., SEAM, Formello (RM) 1998, p. 7

⁴² *Ibidem*



contesto di una società (sempre più globale) di mercato, le loro motivazioni e le loro giustificazioni. Inoltre, per Hayek come per Sen, il punto di partenza è l'economia. È dalle sue dinamiche reali che emerge l'esigenza di ricomporre, facendo tesoro dell'elaborazione smithiana, il rapporto con l'etica. In breve, si potrebbe affermare che, mentre per Smith il problema era quello di definire come i sentimenti morali influissero sulle scelte nelle relazioni di mercato e le orientassero, per Hayek e Sen il problema è quale sia la dimensione etica dei processi economici e del loro impatto sociale. Alla luce di queste considerazioni, vorrei soffermarmi su tre questioni fondamentali per comprendere la possibilità e l'effettiva sussistenza di uno stretto rapporto fra etica ed economia: l'autonomia del mercato, la teoria della scelta in relazione con la libertà e i concetti di equilibrio, ottimo, concorrenza perfetta.

Una vulgata, particolarmente diffusa nel nostro Paese, presenta Smith e Hayek come i campioni di un liberismo aggressivo, egoistico, sostanzialmente a-morale. Questa immagine, lo si è visto per Smith, ma il discorso vale anche per Hayek, è assolutamente fuorviante. Per entrambi, il mercato riguarda certamente interessi, ma all'interno di relazioni contrattuali e di reciprocità. «La concorrenza non è la lotta di tutti contro tutti. È un processo di identificazione dei «più sociali» dei più capaci di soddisfare gli interessi reciproci. Nei mercati (se sono leali) la concorrenza non si prende qualcosa senza dare qualcos'altro in cambio. Dunque l'egoismo non può essere il motore dei mercati.».⁴³ Ne consegue che né Smith, né Hayek sono teorici di una sorta di metafisica della “mano invisibile” intesa come equilibratore naturale degli egoismi individuali. In realtà, essi tengono presente come la rete di relazioni che costituisce quello che oggi potremmo definire un sistema di mercato fa sì che in esso troviamo offerte che rispondono alle nostre domande *come se* esistesse una mano invisibile che rende questo possibile. Si tratta di una metafora, che può essere considerata più o meno felice, ma cui, a mio parere, non va annessa alcuna connotazione ontologica.

⁴³ *Ivi*, p. 9



Anche per Sen, il mercato costituisce un fattore irrinunciabile e di fondamentale importanza nelle nostre relazioni sociali tanto che la sua attenzione alle economie del sottosviluppo non sfocia in posizioni *no global*, al contrario, per lui, la globalizzazione può essere, a determinate condizioni,⁴⁴ una fonte di opportunità per lo sviluppo dell'economia in generale e per quella dei Paesi più poveri; infatti, «la questione centrale non può essere se valersi dell'economia di mercato oppure no: la prosperità economica non è possibile senza un ampio ricorso ai mercati.»⁴⁵

Se il mercato costituisce una condizione irrinunciabile per lo sviluppo della prosperità economica, come sono parimenti convinti Hayek e Sen, e se si considera la “mano invisibile” nulla più che una metafora, si comprendono le ragioni di fondo per cui essi convergono nel non condividere l'idealtipo dell'*homo oeconomicus*.⁴⁶ Il primo, sottolinea la limitatezza e l'imperfezione della nostra ragione, l'impossibilità di progettare e governare secondo un piano predeterminato e razionale le dinamiche sociali. In particolare, la nostra razionalità non è in grado di predeterminare il futuro secondo le nostre aspettative e aspirazioni. Il futuro è aperto e lo è tanto più perché sussistono esiti delle nostre azioni intenzionali che non sono prevedibili e pianificabili. Ma c'è di più. La nostra “invincibile ignoranza” nei confronti di molti dei fattori che determinano la realizzazione dei nostri scopi e della nostra sicurezza è il fondamento stesso della nostra libertà. «Se esistessero uomini onniscienti, se potessimo sapere non solo tutto quanto tocca la soddisfazione dei nostri desideri di adesso, ma pure i bisogni e le aspirazioni future, resterebbe poco da dire in favore della libertà. A sua volta, ovviamente, la libertà dell'individuo renderebbe impossibile prevedere tutto. La libertà è essenziale per far posto all'imprevisto e all'imprevedibile; ne abbiamo bisogno perché come abbiamo imparato, da essa nascono le occasioni per raggiungere molti dei nostri obiettivi.»⁴⁷ Il pensiero di Hayek costituisce, dunque, un deterrente

⁴⁴ A. Sen, *Globalizzazione e libertà*, tr.it., A. Mondatori, Milano, pp. 3 - 9

⁴⁵ *Ivi*, p. 7

⁴⁶ Ricossa lo definisce, con un'espressione assai efficace, «fantoccio ultrarazionalistico». Cfr. Id., «Introduzione», *op. cit.*, p. 15

⁴⁷ F. A. Hayek, *La società libera*, *op. cit.*, p. 60



contro qualsiasi deriva ultrarazionalistica e scienista e, perciò, è incompatibile con l'idea stessa di *homo oeconomicus*.

Anche Sen critica perentoriamente tale idealtipo, che non esita a definire «sciocco razionale».⁴⁸

Si tratta di un individuo che, centrando le scelte sul mono - principio dell'interesse personale, finisce per rispondere allo stesso modo a domande distinte quali “cosa soddisfa il mio interesse?”, quali sono i miei scopi?” “cosa devo fare?”. La «forza analitica della non - distinzione»⁴⁹ insita nel modello di scelta proprio dell'*homo oeconomicus* comporta anche una implicita negazione della libertà di pensiero, un condizionamento che, oltre a non consentire di distinguere fra diverse idee, implica, anche, l'incapacità di distinguere fra varie ragioni di scelta. Tenendo presente la teoria delle preferenze elaborata da K.Arrow, secondo la quale queste includono il sistema di valori delle persone e i valori relativi ai valori stessi,⁵⁰ Sen ritiene si debba pensare a una visione della razionalità, concernente sia le scelte individuali che quelle sociali, assai meno angusta di quella sottesa dall'idealtipo dell'*homo oeconomicus*. In particolare, egli sottolinea la rilevanza, fra le ragioni della scelta, del contesto e di una pluralità di motivazioni, alcune delle quali riconducibili a quelli che Smith chiamava sentimenti morali. Se la libertà ha a che fare con l'opportunità di perseguire scopi e, insieme, con il processo attraverso il quale gli scopi sono attualmente raggiungibili, con le preferenze di ognuno, con l'incertezza insita nelle scelte, appare evidente come il suo esercizio non possa che presupporre il ricorso alla ragione. In tal senso, la razionalità si caratterizza come necessità di dare ragioni delle nostre scelte tanto individuali che sociali, come una vera e propria analisi ragionata.⁵¹ Pertanto, in coerenza con quanto

⁴⁸ A. Sen, *Razionalità e libertà*, tr. it., il Mulino, Bologna 2005, pp. 10-12. In particolare, lo sciocco razionale è incapace di distinguere fra concetti diversi come: il benessere personale, il proprio benessere privato, i propri scopi e obiettivi, i valori personali; le numerose ragioni per cui ciascun soggetto può scegliere in modo sensato. Va specificato come sciocco razionale non si riferisca semplicemente al fatto che una persona sia autocentrata o perfino egoista, ma alla non sussistenza di libertà di distinguere fra domande diverse e nel dovere rispondere a esse allo stesso modo. Cfr. *ivi*, n. 4, p. 11

⁴⁹ *Ivi*, p. 11

⁵⁰ Cfr. K. Arrow, *Scelte sociali e valori individuali*, tr.it., Etas, Milano 1977, p. 18

⁵¹ Cfr. *ivi*, p. 59 e p. 61



afferitava Smith, il perseguimento del *self-interest* non è escluso dal dominio della razionalità, ma non lo è neanche necessariamente compreso poiché «il suo ruolo in merito alla razionalità dipende dall'auto analisi». ⁵² Per quanto riguarda la condotta socialmente orientata, Sen fa esplicito riferimento alla concezione rawlsiana di ragionevolezza evidenziandone, però, un limite. Se, come pensa Rawls, il ragionamento morale è fondato sulla razionalità, dobbiamo ritenere che si tratti «soltanto di un modo di ragionamento e non il solo di utilizzare la ragione in generale». ⁵³ L'analisi ragionata non riguarda solo le preoccupazioni di tipo morale o politico, ma anche il tener conto dei requisiti della prudenza. ⁵⁴

Sulle questioni fin qui affrontate, Hayek e Sen sviluppano, rispettivamente, due aspetti presenti nel pensiero di Smith: i limiti della ragione umana e la pluralità di motivazioni che determinano le scelte e le azioni. I due filosofi hanno, per così dire, sensibilità diverse che li portano a concezioni divergenti su alcuni punti essenziali. ⁵⁵ Ma i due “sviluppi” del pensiero di Smith, per altri versi, non sono fra loro incompatibili, anzi si completano a vicenda. Affermare i limiti della ragione e l'impossibilità di prevedere tutti gli esiti delle nostre azioni, può essere interpretato come una sorta di propedeutica *denstruens* relativa alle pretese ultra razionaliste e riduzioniste implicate dell'idealtipo dell'*homo oeconomicus*. Ciò non significa, necessariamente, prescindere dalla rilevanza della razionalità nei processi di scelta. Tanto più se questa razionalità viene intesa come analisi ragionata. La critica allo «sciocco razionale» ⁵⁶ è, infatti, uno dei presupposti che consentono, a Sen, di sviluppare uno degli aspetti più interessanti e originali della sua teoria: rapportare la razionalità a una dimensione contestuale e situata della scelta sulla quale, appunto per questo, influiscono una pluralità di motivazioni che affondano le loro ragioni nella rete di relazioni in

⁵² *Ivi*, p. 60

⁵³ *Ibidem*. Cfr. J. Rawls, *Una teoria della giustizia*, tr. it., Feltrinelli, Milano 1983, p. 266 e pp. 292 – 296 e, soprattutto, anche ai fini del discorso che si sta affrontando, Id., *Liberalismo politico*, tr. it., Edizioni di Comunità, Milano 1994, pp. 58 - 62

⁵⁴ Cfr. *ibidem*. Anche qui, Sen tiene conto della “lezione” di Smith

⁵⁵ Si pensi, ad. es., all'accento posto da Hayek sulla libertà negativa e a quello posto da Sen sulla libertà positiva.

⁵⁶ Cfr. *supra*, n. 48, p.27



cui è calato il soggetto della scelta che, così, è identificabile quale attore sociale consapevole ed eticamente responsabile.

Un altro punto che accomuna, nell'“eredità” di Smith, Hayek e Sen riguarda la critica dell'equilibrio e dell'ottimo. In realtà, secondo il primo, la “concorrenza perfetta”, che produce necessariamente condizioni di ottimo, esiste solo nella fantasia di molti economisti, meccanicisti e iperscientisti⁵⁷ per i quali “compito” del mercato è costituire condizioni per cui le attività economiche sfocino in un “punto di equilibrio”. È evidente il determinismo proprio di simili concezioni, il limite grave che impongono alla libertà e, soprattutto, a quella particolare libertà di sperimentare nuove vie, “di rischiare” che dovrebbero essere caratteri fondamentali dell'imprenditore. Vorrei, da parte mia, sottolineare come nei sistemi complessi l'innovazione non tenda all'equilibrio, ma produca perturbazione in quando si propone come modificazione dello *statu quo*. Le decisioni che riguardano il mercato non fanno eccezione e producono condizioni di disequilibrio. Se fosse predeterminabile una condizione di perfetto equilibrio e di ottimo non avrebbe senso parlare di capitale di rischio, né di strategie nella produzione e nel *marketing*. Come aveva compreso Hayek, le decisioni che si assumono nel mercato possono tendere al meglio, ma sono anche, esposte al rischio e al fallimento. L'impatto del rischio, come quello del fallimento, produce incertezza e dinamizzazione nel sistema, non certamente uno stato stazionario di equilibrio e ottimo.

Anche Sen propone una critica serrata all'ottimo. In sintesi, l'argomentazione a sostegno di tale critica è la seguente:⁵⁸ l'ottimalità paretiana si afferma con la messa al bando, nell'economia del benessere, dei confronti interpersonali di utilità. Ne consegue che essa si occupa esclusivamente dell'efficienza nel dominio delle utilità senza prendere

⁵⁷ Cfr. F. Hayek, *L'abuso della ragione*, tr. it., SEAM, Roma 1997. Con riferimento a “scientismo” e “pregiudizio scienista”, Hayek afferma: «[...] nel particolare significato che gli attribuiamo, questi termini indicano senz'altro un atteggiamento che possiamo definire antiscientifico nel vero senso della parola, perché si risolve in una meccanica e acritica applicazione di certi abiti di pensiero e campi diversi da quelli nei quali si sono formati. La visuale scienista, all'opposto di quella scientifica, non è un tipo di approccio obiettivo alla realtà. Ma è già pregiudicata in pertenza dalla pretesa di sapere quale sia il metodo più appropriato a una data ricerca prima ancora d'averne preso in esame il contenuto» (*ivi*, p. 7).

⁵⁸ Cfr. A. Sen, *Etica ed economia*, tr. it., Laterza, Roma - Bari 2006, pp. 44 - 53



in considerazione la distribuzione delle stesse. «Nello spazio angusto in cui è stata confinata l'economia del benessere con l'ottimalità paretiana quale unico criterio di giudizio e il comportamento mosso dall'interesse personale quale unica base delle scelte economiche – afferma Sen – la possibilità di dire qualcosa d'interessante nell'economia del benessere è diventata estremamente ridotta». ⁵⁹ Lo stesso *teorema fondamentale dell'economia del benessere* ⁶⁰ pur facendo luce sulla natura del funzionamento del meccanismo dei prezzi e spiegando «la natura reciprocamente vantaggiosa del commercio, della produzione e del consumo indirizzati dal perseguimento dell'interesse personale» ⁶¹, risulta deludente poiché il criterio di ottimalità paretiana è estremamente limitato nella valutazione dei risultati sociali. Ciò rende il contenuto etico implicato dal suddetto teorema «alquanto modesto». ⁶² Alla luce di quanto detto, emerge un altro punto debole del *teorema fondamentale* che consiste nel considerare l'ottimalità paretiana come condizione dell'ottimalità sociale: se un cambiamento è vantaggioso per ciascuno lo è anche per la società nel suo complesso. Vantaggio e utilità – rileva Sen – non sono, però, così facilmente identificabili l'uno con l'altra. Qualora si accettasse che non sono identici, l'ottimalità paretiana non sarebbe più necessaria, in quanto basata sulle utilità individuali, per l'ottimalità sociale globale. ⁶³

L'eredità di Smith, “filtrata” attraverso le elaborazioni di Hayek e Sen offre spunti importanti per la riflessione sul rapporto fra etica ed economia e sull'estensione stessa del dominio dell'etica in relazione a scelte e strategie interne all'economia di mercato. Se il mercato è

⁵⁹ *Ivi*, p. 46

⁶⁰ Collega i risultati dell'equilibrio di mercato in regime di concorrenza perfetta con l'ottimalità paretiana per cui, data l'assenza di interdipendenze esterne al mercato, qualsiasi equilibrio di concorrenza perfetta è un ottimo paretiano e date altre condizioni, quali l'assenza di economie di scala, qualsiasi stato sociale che sia un ottimo paretiano è anche un equilibrio di concorrenza perfetta con riguardo a un dato insieme di prezzi (e per una certa distribuzione iniziale di beni) (cfr. *ivi*, pp. 46-47)

⁶¹ A Sen, *Etica ed economia, op. cit.*, p. 47

⁶² *Ibidem*

⁶³ Cfr. *ivi*, p. 51. Il criterio di ottimalità paretiana sopravvive a condizione che non vengano presi in considerazione i confronti interpersonali di utilità e si consideri l'utilità come unico valore. Sen afferma: «Il criterio di utilità quando abbinato a utilità del tutto non confrontabili darà luogo a un ordinamento parziale degli stati sociali [...] questo ordinamento parziale coinciderà esattamente con l'ordinamento sociale ottenibile col criterio di Pareto» (*ibidem*)



intrinsecamente dinamico e le scelte che compiono gli attori sociali al suo interno non sono riducibili al *self-interest* ottimizzante dell'*homo oeconomicus*, ma da una pluralità di motivazioni, se le decisioni che si assumono sono relative a contesti relazionali, il richiamo all'individuazione di modalità e regole nei rapporti e di appropriatezza delle scelte e delle azioni ampliano il dominio dell'etica all'intera gamma di responsabilità e giustificazioni contestuali che le relazioni di mercato comportano.

Ciò detto, vorrei sottolineare due differenze rilevanti, per le loro implicazioni etiche e politiche, fra la visione di Hayek e quella di Sen. In primo luogo, quest'ultimo collega strettamente i principi di scelta e la libertà dei singoli con la scelta sociale ponendo, così, il problema del rapporto fra libertà ed equità sociale. Di conseguenza, a differenza di Hayek, egli pone l'accento sulla libertà positiva (essere liberi di, piuttosto che liberi da) poiché l'approccio etico che vuole proporre verte sulla qualità della vita e non principalmente sulla correttezza dei processi.



Il mercato stima le merci, e il nostro successo nel mondo materiale viene spesso giudicato dalla nostra opulenza; ma, nonostante questo, le merci non sono nulla più che mezzi rivolti ad altri fini. In definitiva il problema da porsi s'incentra sul genere di vita che conduciamo e su ciò che possiamo o non possiamo fare. Ho altrove definito i nostri «funzionamenti» (*functionings*) le diverse condizioni di vita che siamo in grado o meno di realizzare; correlativamente ho definito come «capacità» (*capabilities*) la nostra abilità a realizzarle. Il punto principale è che il tenore di vita è davvero un problema di funzionamenti e capacità e non direttamente una questione di opulenza, merci o utilità.⁶⁴



Collocare al centro dell'attenzione i “conseguimenti” (*achievements*), ciò che possiamo o non possiamo fare o essere, non significa, comunque

⁶⁴ A. Sen, *Il tenore di vita*, tr. it., Marsilio, Venezia 1993, p. 53. Mi sembra importante sottolineare come Sen riconduca esplicitamente questa sua concezione ad A. Smith che non si concentrò solo sulla ricchezza o su quello che Marx chiamerà il feticismo delle merci. Egli ha preso, infatti, in considerazione funzionamenti come il non vergognarsi di apparire in pubblico analizzando merci e ricchezza come mezzi necessari a tal fine ed evidenziando come variassero a seconda delle consuetudini sociali e delle culture. Sen ha così dimostrato la natura sociale delle relazioni fra merci e opulenza e fra capacità e realizzazione si condizioni di vita (cfr. *ivi*, p. 54).





non prestare attenzione ai processi, ma considerarli come mezzi per il perseguimento di una condizione di vita. La libertà positiva, perciò, non è un mezzo, ma un funzionamento e «le capacità di una persona possono essere descritte come l'insieme delle n-uple alternative di funzionamenti su cui ella può esercitare una funzione di scelta.»⁶⁵

La seconda differenza fra Hayek e Sen riguarda il come concepire l'ordine spontaneo del mercato, l'evoluzione della società e, soprattutto, il come rapportarsi ad essi. Hayek ritiene che, per quanto siano dovuti al rispetto di regole che affondano la loro ragione e autorità nella tradizione, non nell'istinto o nella ragione,⁶⁶ né il mercato, né l'evoluzione possano essere valutati secondo criteri etici e di giustizia. Si tratta, infatti, di processi che vanno al di là dell'intenzionalità umana. Sarebbe come dire che la natura è giusta o ingiusta.⁶⁷ Va anche tenuto presente che molte delle conseguenze delle nostre azioni non sono previste, prescindono dalle nostre intenzioni e dai nostri scopi. Secondo Sen, questa è una visione piuttosto superficiale: «non vi è nulla di profondamente illuminante nel riconoscere che non *tutti* i risultati erano parte del progetto di ogni agente».⁶⁸ Diverso sarebbe se gli esiti fossero opposti ai fini coscientemente perseguiti. Inoltre, non è affatto detto che, rispetto a un ordine spontaneo, non possano essere introdotte modifiche operate sulla base di scelte consapevoli. Credo sia questa una delle ragioni fondamentali per cui Sen collega razionalità e libertà rendendole interdipendenti. La libertà come opportunità e come processo richiede un ricorso alla ragione sia per quanto riguarda le scelte individuali che per le scelte sociali.

⁶⁵ L. Piatti, «Introduzione» in, A. Sen, *Il tenore di vita*, op. cit., p. 17

⁶⁶ Cfr. F. Hayek, *The fatal conceit; the Errors of Socialism*, Routledge & Kegan, London 1988, p. 538

⁶⁷ F. Hayek, *Legge, legislazione e libertà*, tr. it., Il Saggiatore, Milano 1986, p. 219

⁶⁸ A. Sen, «Il movente del profitto», tr.it., in M. Franzini - M. Messori (a cura di), *Impresa, istituzioni e informazione*, CLEB, Bologna 1991, p. 78



LA RAGIONE E LA SCELTA

In che termini ricorriamo alla ragione quando dobbiamo operare delle scelte? Ritengo opportuno, in via preliminare, soffermarmi sulla teoria delle preferenze rivelate. Come afferma Sen, tale teoria è stata di fondamentale importanza nell'elaborazione della più generale *teoria della scelta razionale* (*Rational Choice Theory* il cui acronimo è RCT). Quest'ultima, basandosi su una concezione ristretta della razionalità intesa come massimizzazione dell'utilità,⁶⁹ ha trascurato altre motivazioni e ragioni fondamentali nell'orientare la scelta quali principi morali o ragioni sociali. Se li ha considerati lo ha fatto combinandoli con comportamenti autointeressati e, in definitiva, riducendoli a questi ultimi. "Secondo tale approccio, le scelte basate su ragioni sociali, morali o politiche devono essere reinterpretate all'interno del quadro del perseguimento intelligente dell'interesse proprio".⁷⁰ cosicché la RCT "si concentra sulla ricerca di una strumentalità nascosta piuttosto che sul riconoscimento di un'etica diretta".⁷¹

Non essendo, qui, possibile intervenire sulla complessa gamma di questioni poste dalla RCT e nemmeno commentare analiticamente il pensiero di Sen in merito, mi soffermerò sulla teoria delle preferenze rivelate, e, in particolare, sulla "coerenza interna" della scelta, poiché la critica di Sen fornisce, a mio avviso, spunti di riflessione non solo riguardo all'"utilizzo della ragione", ma più in generale, alla formulazione del giudizio morale inteso come assumere decisioni e operare scelte secondo ragione. Su questa base, sarà anche possibile riscontrare la connessione sussistente fra scelte socialmente rilevanti e scelte di mercato.

"Quello della coerenza interna della scelta ha costituito un concetto di centrale importanza nella teoria della domanda, nella teoria della

⁶⁹ Cfr. A. Sen, *Razionalità e libertà*, op. cit., p. 35

⁷⁰ *Ivi*, p. 37

⁷¹ *Ibidem*. Sen sottolinea come l'idea della sussistenza di una strumentalità nascosta fa sì che grandi pensatori morali quali Smith e Kant siano considerati ingenui nell'elaborazione delle loro teorie morali.



scelta sociale, nella teoria delle decisioni, nell'economia comportamentale e in settori collegati.⁷²

Le questioni implicate dalla coerenza interna della scelta possono essere così sintetizzate:

1. Gli assiomi di coerenza interna sono interni alla funzione di scelta. Richiedono una corrispondenza fra parti diverse di tale funzione e non si riferiscono a nulla di esterno alla scelta
2. I requisiti della coerenza interna vengono imposti *a priori*. Essi hanno la forma di requisiti di corrispondenza fra diversi menù
3. Quanto al punto (2), ossia il considerare i requisiti di corrispondenza interna come requisiti di coerenza interna della scelta, pone domande riguardo alla forma della coerenza (deve essere proprio questa?) e se la coerenza della scelta debba essere considerata *a-contestuale*⁷³
4. Le implicazioni del rifiuto delle condizioni di coerenza interna e dell'utilizzo di corrispondenze esterne appropriate nella teoria della scelta in generale e sociale in particolare⁷⁴

La condizione fondamentale di coerenza interna della scelta è costituita dal principio di non contraddizione

$$\neg (A \wedge \neg A)$$

⁷² *Ivi*, p. 109

⁷³ Sen evidenzia come egli non intenda criticare le corrispondenze interne che possono essere *implicate* dalla natura sostantiva dell'esercizio specifico, ma l'imposizione *a priori* di tali condizioni della scelta come requisiti di "coerenza interna. In particolare: «C'è una sostanziale differenza metodologica tra le corrispondenze interne *imposte* (considerate semplicemente come requisiti di pura «coerenza interna» della scelta) e le corrispondenze interne *implicate* (intese cioè come implicazioni di alcuni requisiti, appropriati al contesto, che hanno un riferimento esterno, ad esempio l'ottimizzazione di una data funzione obiettivo o il soddisfacimento di certe date norme). La critica qui si rivolge unicamente alla prima, e non alla seconda, forma di corrispondenza.» (*ivi*, p. 110)

⁷⁴ Sen specifica che l'utilizzo di corrispondenze esterne non implica ricorrere a requisiti di "razionalità sociale" implicati da presunte "preferenze sociali" (cfr. *ivi*, p. 111)



Sen rileva come, a livello fondamentale, la difficoltà sia data dall'assunzione implicita secondo cui gli atti di scelta sono simili a proposizioni che possono contraddirsi o essere, fra loro, coerenti.⁷⁵

Ciò implica che se si deve operare una scelta (C) fra x e y dove, nelle due proposizioni considerate, rispettivamente: x è un'alternativa migliore di y e y è un'alternativa migliore x

$$\neg [\{x\} = C(\{x, y\}) \wedge \{y\} = C(\{x, y, z\})]$$

Assumendo che “essere meglio di” richieda un'asimmetria, sussisterebbe, effettivamente, una contraddizione. Come si evince dalla precedente formalizzazione, sarebbe, infatti, contraddittorio, date le condizioni in premessa, scegliere y anche se venisse aggiunto al menù z.

In realtà, «non esiste nulla di simile a una coerenza della scelta puramente formale».⁷⁶ Ritengo, pertanto, che dovremmo considerare tre fattori: 1. Le condizioni di contesto in cui avviene la scelta e se l'introduzione nel menù di z comporta una modificazione di questo contesto tale da giustificare una scelta diversa da quella inizialmente ritenuta migliore; 2. Le motivazioni, i valori, gli obiettivi di chi opera la scelta; 3. In base a quali ragioni relazionando (1) e (2) il soggetto compie la scelta e giustifica la stessa. Nel compiere la scelta vengono, perciò, introdotte corrispondenze esterne tali da portarci ben al di là della funzione di scelta implicata dalle condizioni di coerenza interna della scelta. Le scelte che compiamo in ambito sociale e nelle relazioni di mercato, così come si presentano nella realtà (non quelle simulate dalle astrazioni del mercato puro e dalla concorrenza perfetta), non possono prescindere dai suddetti punti. Questo, come vedremo, costituisce un aspetto fondamentale dell'interrelazione sussistente fra scelte socialmente rilevanti, di mercato e morali.

Al fine di meglio supportare, sul piano argomentativo, quanto sto affermando, ritengo sia utile riflettere sulle critiche formulate da Sen

⁷⁵ Cfr. *ivi*, p. 115

⁷⁶ *Ibidem*

nei confronti della teoria delle preferenze rivelate.⁷⁷

Si assuma che tutti gli insiemi di alternative siano finiti,⁷⁸ sia $C(S)$ la funzione di scelta, S l'insieme non vuoto del menù delle variabili e T un sottoinsieme di S , le due condizioni basilari della coerenza interna sono:

La coerenza basilare di contrazione (proprietà α)

$$\left[x \in C(S) \wedge x \in T \subseteq S \right] \Rightarrow x \in C(T)$$

Un'alternativa scelta da un insieme S e appartenente a un sottoinsieme T di S deve essere scelta anche da T

La coerenza basilare di espansione (proprietà γ)

$$\left[x \in \bigcap_j C(S_j) \forall S_j \text{ in una classe} \right] \Rightarrow x \in C\left(\bigcup_j S_j\right)$$

Se un elemento x viene scelto da ogni insieme in una particolare classe deve essere scelto anche dalla loro unione.

Nelle condizioni che si sono assunte le due proprietà sono congiuntamente necessarie e sufficienti per la binarietà di $C(S)$ «che è tale per cui la relazione di preferenza rivelata generata dalla funzione di scelta, se viene utilizzata come base della scelta, genererà, a sua volta, nuovamente quella stessa funzione di scelta».⁷⁹

Preferenze rivelate

$$(R_c): xR_c y \Leftrightarrow \exists S: \left[x \in C(S) \wedge y \in S \right]$$

⁷⁷ Cfr. *ivi*, pp. 116 - 124

⁷⁸ Si tratta di una condizione che Sen non ritiene essenziale

⁷⁹ A. Sen, *Razionalità e libertà*, *op. cit.*, p. 117



Binarietà della scelta

$$C(S) = \left[x \mid x \in S \wedge \forall y \in S: xRcy \right]$$

In considerazione dei tre fattori di cui si è detto dovremmo, però, chiederci: è possibile valutare la coerenza (o l'incoerenza) di un insieme di scelta solo sulla base della teoria delle preferenze rivelate, ossia senza prendere in considerazione fattori esterni a $C(S)$?

Poniamo che un *manager* debba scegliere se acquisire un determinato progetto di ampliamento aziendale credibile (y) o no (x) e che decida per (x) in quanto in base un principio di giusto comportamento ritiene sconsigliato la sussistenza di una monoscelta per cui

$$\{ x \} = C(\{ x, y \})$$

Se il medesimo manager, in quella situazione, si fosse trovato nella condizione di avere a disposizione un altro progetto diverso, ma altrettanto credibile (z), avrebbe potuto ragionevolmente scegliere (y) senza venire meno al principio di giusto comportamento per cui

$$\{ y \} = C(\{ x, y, z \})$$

La presenza del progetto (z) consente, nel nostro caso, di considerare uno dei due progetti eleggibile. Tale combinazione di scelte viola non solo il principio formale di non contraddizione applicato alla scelta perché la scelta di (x) esclude quella di (y) e viceversa, ma anche le condizioni *standard* di coerenza interna senza, però, che, date le lealtà morali del *manager* in questione, vi sia nulla d'incoerente nella particolare coppia di scelte considerate.⁸⁰

⁸⁰ Il *manager* dell'esempio potrebbe essere considerato un massimizzatore se sceglie fra uno dei due progetti disponibili non sapendo se ne giungeranno altri. A questo proposito Sen afferma: "L'ordinamento delle alternative, in base al quale la persona massimizza, varia a seconda del menù, ma ciò non significa che *per ciascun menu* ci sia un chiaro e cogente ordinamento - la base delle decisioni massimizzanti". (*ivi*, p. 119) Pertanto, le condizioni ritenute necessarie per la massimizzazione che tale persona viola, non sono più tali in relazione a una interpretazione più ampia del principio di massimizzazione.



Le violazioni di condizioni *standard* della coerenza interna trovano, dunque, ampia giustificazione in riferimento a diverse ragioni e ai contesti nei quali vengono effettuate le scelte.⁸¹

Va, inoltre, sottolineato come il riferimento ai contesti non comporti, necessariamente, scelte basate sulla transitività. Rispetto alle R_c quest'ultima richiederebbe:

$$(xR_c y \wedge yR_c z) \Rightarrow xR_c z$$

$$\{x\} = C(\{x, y, z\})$$

Poniamo che un imprenditore abbia da scegliere fra tre diverse opzioni d'investimento (x , y , z) tutte potenzialmente, per diverse ragioni, vantaggiose per l'azienda. Assumiamo che le sue preferenze rispetto alla scelta siano nell'ordine sopra indicato. La scelta (x) sarebbe finalizzata a un rinnovamento dei macchinari; la (y) al miglioramento dell'ambiente di lavoro; la (z) a rispondere positivamente a esigenze provenienti dal territorio. I vantaggi indotti da (x) sono evidenti, quelli derivati da (y) avrebbero il sostegno dei lavoratori e potrebbero incidere positivamente sulla loro produttività; la scelta (z) rafforzerebbe la reputazione e potrebbe, nel medio - lungo periodo, portare incrementi nelle vendite e migliorare i rapporti con agenzie importanti sul territorio come gli enti locali. Per quanto, in astratto, l'imprenditore possa ritenere prioritario ammodernare i macchinari, le pressioni degli *stakeholder*⁸² esterni, o anche considerazioni di ordine morale concernenti la responsabilità sociale dell'impresa verso il territorio in cui è ubicata potrebbero indirizzarlo verso la scelta (z). Avremmo così:

⁸¹ Sen specifica come la sua critica riguardi l'approccio assiomatico alla scelta che si basa su un'idea intuitiva a priori di coerenza. Ciò è particolarmente evidente nella teoria delle preferenze rivelate che ritiene di spigare il comportamento senza alcun riferimento ad altro che non sia il comportamento stesso, ossia esclusivamente sulla base della sua coerenza interna (cfr. A. Sen, *Razionalità e libertà*, op.cit., p. 141).

⁸² Gli *stakeholder* sono tutti i soggetti individuali e collettivi, compresi enti e istituzioni, interessati a e interessati da le attività di un'impresa.



$$\{ z \} = C(\{ x, y, z \})$$

Il che, oltre a contraddire il principio di “coerenza interna”, mostra, ancora una volta, come possano sussistere buone ragioni per discutere e rivedere, alla luce del contesto (in questo caso ampio in quanto coinvolge *stakeholder* esterni), le scelte da porre in atto.

Poiché l’oggetto di questa trattazione non riguarda il rapporto fra politica ed economia non tratterò un aspetto fondamentale del contributo dato da Sen su questo specifico aspetto: la teoria della scelta sociale⁸³ se non per evidenziarne due punti interessanti, almeno metodologicamente, anche per l’etica d’impresa e per strategie aziendali basate su quella che si è soliti definire Responsabilità Sociale d’Impresa (RSI) e Teoria degli *stakeholder*: 1. L’idea di preferenza sociale è di difficile interpretazione ed è difficilmente difendibile l’introduzione, indipendentemente dal contesto, di assiomi di “coerenza interna”; 2. La regolarità di certe preferenze sociali ipotizzate non implica la sussistenza di una “razionalità sociale”.

ETEROGENEITÀ DELLA MORALE E GIUSTIFICAZIONE CONTESTUALE

Il percorso fin qui compiuto è stato teso a dimostrare la sussistenza di uno stretto legame fra etica ed economia di cui era ben consapevole già A. Smith e che è si è allentato sulla base di un’interpretazione parziale e riduttiva di quello che egli definiva *self-love*. Più in particolare, facendo riferimento alle elaborazioni di Hayek e Sen, si è visto come la razionalità del mercato e delle scelte economiche fondate esclusivamente sul *self-interest* si dimostri illusoria e fuorviante. Tanto Hayek che Sen, pur sviluppando visioni filosofiche “distanti” fra loro su alcune questioni fondamentali, possono essere considerati “eredi legittimi” di

⁸³ La teoria della scelta sociale riguarda la relazione fra valori individuali e scelte collettive, ossia in che modo le scelte individuali vengano aggregate per formare una scelta collettiva e, dunque, se e in quale misura le scelte operate per la società nel suo complesso derivino dalle preferenze individuali dei suoi membri (cfr. A. Sen, *Razionalità e libertà*, *op.cit.*, pp. 122-143)



Smith per aver riconosciuto il condizionamento fondamentale esercitato dal contesto e la rilevanza di una molteplicità di motivazioni nell'orientare le scelte. Ho, infine, cercato di evidenziare, facendo riferimento al pensiero di Sen, come la critica alla teoria della decisione razionale fondata sulla "coerenza interna" e sulla teoria delle scelte rivelate non implichi affatto un abbandono *tout court* della razionalità, ma una diversa e più articolata analisi dei requisiti di razionalità da intendersi quale necessità di sottoporre al vaglio della ragione le nostre scelte.

I rapporti che s'instaurano nel dominio dell'economia interessano profondamente l'etica e, più precisamente, l'etica sociale, in quanto basati sull'intersoggettività all'interno di determinati contesti. Il giudizio di appropriatezza, di cui parlava Smith, ha, infatti, carattere eminentemente etico - sociale. Le nostre azioni possono superare il test di appropriatezza solo in considerazione dei nostri interlocutori e del contesto sociale nel quale operiamo le scelte. Queste considerazioni ci portano ad analizzare come la definizione delle scelte (in particolare quelle adottate in ambito economico) possa essere considerata specificazione del giudizio morale.

Lo sviluppo della filosofia morale, dal sec. XVIII ad oggi, è stato caratterizzato dalla presenza di due approcci "concorrenti": quello deontologico e quello consequenzialista. Kantismo e utilitarismo, ossia gli orientamenti più influenti, sono rispettivamente espressione del primo e del secondo dei due approcci. La loro influenza e autorevolezza è dovuta al fatto che si tratta di elaborazioni filosofiche di due principi fondamentali dell'etica: il principio del dovere e quello di conseguenza (forse sarebbe meglio dire di valutazione ponderata delle conseguenze). I nostri giudizi morali vertono, infatti, sulla conformità delle scelte e delle azioni rispetto a principi etici considerati universalmente validi e riconosciuti o sulla valutazione dell'impatto che le nostre scelte e le nostre azioni potrebbero avere su noi stessi e sugli altri, comprese le loro eventuali scelte, dato il condizionamento di contesto operato dalle nostre. Pur avendo originato approcci "rivali"⁸⁴ Kant e Bentham

⁸⁴ Il termine deontologia è un neologismo coniato da Bentham, ma, nella sua opera omonima, ha un significato diverso da quello che, oggi, viene attribuito. *Deontology* sta a significare l'etica privata contrapposta all'etica pubblica.



condividevano due punti fondamentali: 1. Compito dell'etica, in quanto disciplina filosofica, era di definire un unico principio fondativo del giudizio morale; 2. I dilemmi etici dovevano essere affrontati secondo un principio d'imparzialità. Per quanto riguarda (1), come si è detto, lo trovarono, appunto, rispettivamente in quello deontologico e in quello consequenzialista. Per quanto riguarda (2), sostennero tale principio facendo riferimento a quelli che potremmo definire test di universalizzazione. Il giudizio morale e le azioni da esso implicate dovevano essere giustificabili come universalmente accettabili.

Le critiche che i sostenitori dei due approcci, anche quelli contemporanei,⁸⁵ hanno sollevato gli uni nei confronti degli altri costituiscono una letteratura tanto interessante quanto vasta che non è qui possibile prendere in considerazione. Vorrei solo sottolineare come essa sia il segno di quanto i due approcci siano esposti alle reciproche critiche e, soprattutto, di come non si riescano ad avere, all'interno degli stessi, argomentazioni e ragioni sufficientemente convincenti a dimostrare la preferibilità in termini assoluti dell'uno rispetto all'altro. Gli approcci deontologici, fondati sulla conformità alle norme, rischiano, con la loro rigidità, di sfociare in un'etica della convinzione sorda alle situazioni particolari e alle esigenze di contesto o a bisogni altrui.⁸⁶ Quelli consequenzialisti di sfociare o in una sorta di relativistica etica della situazione, nella quale finisce per aver successo la potenza dei mezzi, o in scelte che, se privilegiano il principio di utilità, rischiano di

⁸⁵ Solo a titolo d'esempio cfr. J. Rawls, *Una teoria della giustizia*, op. cit., pp. 145-161; pp. 251-252, p. 269, 369-371, pp. 408-411, pp. 458-460, pp. 465-466; Id., *Liberalismo politico*, op. cit., p. 142, pp. 151-153, p. 235; J. Harsanyi, *Comportamento razionale e equilibrio di contrattazione*, tr. it., Il Saggiatore, Milano 1985, pp. 155-165; Id., *Utilitarismo*, tr. it., Il Saggiatore, Milano 1988, pp. 109-136.

⁸⁶ Cfr. I. Kant – B. Constant, *Il diritto di mentire*, tr. it., Passigli, Bagno a Ripoli, 2008. Nel 1797 B. Constant scrisse un opuscolo dal titolo *Delle reazioni politiche* nel quale sosteneva la legittimità della menzogna, in particolari contesti. Egli riteneva che i principi universali, per essere praticabili concretamente, dovessero fondarsi su principi intermedi che ne consentissero la relazione con la realtà effettiva. Questa teoria lo portò a criticare decisamente l'etica kantiana che per la quale non dobbiamo mentire perfino di fronte a degli assassini che chiedessero se un nostro amico, che stanno inseguendo, si è rifugiato in casa nostra. Kant rispose con il suo scritto *Su un presunto diritto di mentire per amore dell'umanità* nel quale asserì che, dicendo la verità, non si è responsabili dell'uccisione dell'amico non essendone stati gli attori. Essa ricade interamente su chi compie l'azione. Sul piano etico, non dobbiamo badare alle conseguenze delle nostre azioni perché la morale è incondizionata.



essere lesive dei bisogni dei più deboli. Inoltre, laddove si facesse riferimento a funzioni di utilità o benessere sociale come media della somma degli utili individuali, la libertà di scelta degli individui sarebbe condizionata poiché i loro comportamenti dovrebbero attenersi, strettamente, per essere socialmente “appropriati”, al risultato prodotto da tale funzione.⁸⁷

Nessuno, però, all'interno dei due approcci, ha criticato il principio di imparzialità che li accomuna, questo perché tale critica avrebbe minato il monismo etico che caratterizza entrambi.

Per quanto riguarda più direttamente l'argomento che si sta trattando, sia l'approccio deontologico che quello consequenzialista, per i motivi suddetti, non sembrano adeguati a spiegare la complessità di un giudizio morale atto a giustificare decisioni nella cui assunzione convergono considerazioni relative a fattori di contesto, relazioni intersoggettive e negoziali, motivazioni di varia natura comprese quelle concernenti, oltre le nostre lealtà morali, i “sentimenti morali” e le emozioni.

Riguardo agli approcci deontologico e consequenzialista ritengo sia condivisibile quanto afferma C. Larmore:

Il punto di vista corretto, secondo me, è che c'è il ragionamento deontologico, c'è il ragionamento consequenzialista ed entrambi sono modi validi di ragionare moralmente. L'errore sia degli utilitaristi sia dei kantiani consiste nel supporre che solo uno di questi principi possa essere legittimo. E penso che possa esistere più di un modo di ragionare moralmente, e che dobbiamo riconoscere la molteplicità di questi modi.⁸⁸

Questo punto di vista, che prende atto del pluralismo delle concezioni della vita buona, implica un'ulteriore modalità del pluralismo:⁸⁹ quella relativa alla molteplicità delle forme di ragionamento «sull'azione giusta da compiere per perseguire il bene altrui».⁹⁰ Si tratta della presa d'atto della sussistenza di una vera e propria

⁸⁷ Cfr. critiche di Rawls e Sen.

⁸⁸ C. Larmore, *Dare ragioni*, Rosenberg & Sellier, Torino 2008, p. 34.

⁸⁹ Larmore lo definisce pluralismo del giusto (cfr. *ivi*, p. 35).

⁹⁰ *Ivi*, p. 35



“eterogeneità della morale”. Parlo di presa d’atto per evitare un quello che, a mio avviso, sarebbe un fraintendimento: l’eterogeneità della morale non è un valore, ma un fatto dal quale dovremmo procedere nell’affrontare i problemi connessi alla formulazione del giudizio morale.

Inoltre, non sempre il giudizio morale richiede l’imparzialità. Vi sono particolari categorie di persone, gruppi, o individui con i quali intratteniamo relazioni speciali che possono riguardare modi di vita come interessi. Al principio deontologico e a quello consequenzialista dovremmo, dunque, affiancare il principio di parzialità «secondo il quale dobbiamo rispettare le relazioni specifiche e particolari nelle quali siamo nei confronti degli altri e dobbiamo fare il loro bene alla luce di quei legami speciali che abbiamo con loro.»⁹¹

Aristotele individuò nella φρόνησις (phronesis)⁹² la virtù dianoetica, ossia propria della ragione, che dà fondamento al giudizio morale. Per quanto egli non potesse, nel contesto sociale e politico in cui visse, sviluppare una concezione dell’etica che ponesse al centro della teoria l’eterogeneità della morale, il suo pensiero apre, anche oggi, alcuni spunti di riflessione di grande interesse. Si è visto come le critiche alla teoria della decisione razionale non implicino affatto il venir meno del ruolo della ragione, ciò significa che dovremmo pensare a una teoria della decisione che rifletta questa esigenza e che sia in grado di specificare le ragioni morali sottese alle scelte. Tale teoria richiede, appunto, un approccio, in senso lato, fronetico. Φρόνησις (phronesis) viene generalmente tradotta con saggezza, ma, quando il vocabolo è riferito agli affari privati o pubblici, significa anche assennatezza e prudenza. Inoltre, il verbo φρονήω (phroneo) significa, anche, pensare, giudicare, consigliare con saggezza, assennatezza e prudenza. In sintesi, la mia proposta consiste in questo: messa tra parentesi la concezione metafisica, teleologica e perfezionista dell’essere umano insita nel pensiero di Aristotele, potremmo, forse ampliandone il significato, ma sostanzialmente non tradendolo, tradurre φρόνησις (phronesis) con ragionevolezza.

⁹¹ *Ivi*, p. 37

⁹² Cfr. Aristotele, *Etica nicomachea*, tr. it., in *Id. Opere*, vol. 7, Laterza, Bari 1988, VI (Z) 7 - 8 1141b-1142a, pp. 148 - 152



In due occasioni, ho fatto riferimento alla ragionevolezza. Nella prima ho espresso l'esigenza di una visione più ampia di quella proposta da Rawls;⁹³ nella seconda, in riferimento alla critica della teoria delle preferenze rivelate.⁹⁴ Rawls ritiene la ragionevolezza, distinta dalla razionalità, propria delle relazioni intersoggettive. La "ristrettezza" della sua teoria consiste, a mio avviso, nell'escludere dai domini dell'etica e della politica i sentimenti morali e, segnatamente, la simpatia. Proprio perché la ragionevolezza attiene alla sfera dell'intersoggettività ritengo che essa vada intesa come una sintesi di istanze proprie della razionalità e dei sentimenti morali. Non vedo ragioni per cui il nostro giudizio morale debba prescindere dalla simpatia, in particolare, quando facciamo riferimento al principio di parzialità. Nella seconda occasione in cui ho fatto riferimento alla ragionevolezza, ho sottolineato come il contesto in cui viene operata la scelta e motivazioni di varia natura possano, ragionevolmente, implicare scelte diverse da quelle che si dovrebbero compiere se si applicassero i criteri di razionalità propri della "coerenza interna". Ciò significa che, nella formulazione del giudizio morale, la ragionevolezza richiede non una razionalità astratta, né un generico riferimento alla simpatia (o ad altri sentimenti morali), ma la riflessione su di esse in rapporto al contesto.⁹⁵

Se si prende sul serio l'eterogeneità della morale dovremmo pensare a una teoria della decisione ragionevole. Il punto nodale concerne la formulazione del giudizio morale e la giustificazione delle scelte e delle azioni in base alla formulazione di tale giudizio. Quanto affermo significa che dovremmo tenere conto dei principi e, insieme, dei processi. Ogni giudizio che formuliamo richiede che, in considerazione del contesto cui lo riferiamo, gerarchizziamo i tre principi fondamentali dell'etica e scegliamo quale assumere dandone ragioni a noi stessi e agli altri. Dare ragioni significa esplicitare i valori morali cui facciamo

⁹³ Cfr. p. 28

⁹⁴ Cfr. p. 33

⁹⁵ A seconda della situazione o dell'argomento su cui intendiamo formulare un giudizio morale, il contesto può essere macro o micro. Se ci si riferisce, ad es., alla globalizzazione il contesto è la realtà planetaria se invece ci si riferisce a relazioni economiche specifiche fra persone il contesto è rispettivamente macro e micro. Quello che intendo sottolineare è che, in ogni caso, la formulazione di un giudizio morale non può prescindere da un'osservazione e un'analisi accurata dei contesti



riferimento⁹⁶ e il processo attraverso il quale scegliamo fra i principi fondamentali quale privilegiare e come lo sintetizziamo con motivazioni e sentimenti morali.

Vorrei, inoltre, sottolineare come questa visione della ragionevolezza consenta di “valorizzare” il principio di parzialità escluso delle filosofie morali deontologiche e consequenzialiste. Tale principio viene riferito a relazioni speciali concernenti interessi e progetti comuni che possiamo intrattenere con alcune persone (o categorie di persone) e non con altre. Sono relazioni nelle quali, oltre il contesto, hanno un peso particolare motivazioni alla scelta e all’azione di tipo “emotivo” e simpatetico.

Nella teoria elaborata da Smith, secondo l’interpretazione che ne ho proposto, le relazioni economiche e di mercato implicavano uno stretto rapporto fra *self-interest* e appropriatezza. Più precisamente, ritengo si possa affermare che il *prudent man* finisce per concepire il primo come aspetto inerente alla seconda all’interno di relazioni di cui Smith evidenzia il carattere negoziale. A prima vista, potrebbe sembrare che una teoria della decisione ragionevole, così come l’ho esplicitata, possa essere considerata un “aggiornamento” del pensiero di Smith. Ma, per quanto siano notevoli gli spunti che possiamo trarne, egli, come Sen che ne è un “erede”, sottovaluta le implicazioni, nella formulazione del giudizio morale, della negoziazione. Secondo Smith il fondamento dei giudizi sulla condotta propria e altrui, come sul senso del dovere, sta nel principio di autoapprovazione o di autodisapprovazione.⁹⁷ Coerentemente con tale impostazione, *Teoria dei sentimenti morali* prende in considerazione il senso del dovere⁹⁸ e rapporta ad esso la virtù della giustizia⁹⁹ le cui regole sono ritenute particolarmente rigide, ma non diritti che reciprocamente possiamo vantare gli uni verso gli altri. Parlare il linguaggio dei diritti avrebbe voluto dire accettare una fonte del valore morale non riconducibile ai sentimenti. In particolare, al tempo di Smith, ciò avrebbe significato

⁹⁶ Cfr. C. Larmore, *Dare ragioni*, op. cit., pp. 71 - 75

⁹⁷ Cfr. A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, op. cit., pp. 149 - 154

⁹⁸ Cfr. *ivi*, pp. 215 - 239

⁹⁹ Cfr. *ivi*, pp. 235 - 239



accettare una qualche forma di giusnaturalismo e di contrattualismo cosa che non solo Smith, ma anche Hume e gli altri filosofi del *moral sense* non sono disposti a fare, considerando il diritto naturale una finzione o un'astrazione.¹⁰⁰ Senonchè, al pari di Hume, e, forse ancor più di lui preoccupato di non cadere in una forma di scetticismo psicologista estremo, Smith introduce una “figura teoretica”, almeno altrettanto astratta, quale l'osservatore simpatetico imparziale, attraverso la quale la teoria dei sentimenti morali può accogliere il criterio dell'imparzialità.¹⁰¹ Sen, a sua volta, “utilizza” la teoria smithiana dell'osservatore simpatetico imparziale per criticare il contrattualismo e proporre una via alternativa allo stesso. Il contrattualismo cui si riferisce Sen è quello di matrice kantiana che trova nella filosofia di Rawls la più autorevole interpretazione contemporanea. Il problema consiste nella via da seguire quando si vogliano incorporare istanze di giustizia e impersonalità (ossia imparzialità) nelle relazioni interumane. In *Una teoria della giustizia* Rawls fa ricorso, a questo scopo, alla «posizione originaria».¹⁰² Egli specifica inoltre che, in tale posizione,

¹⁰⁰ In realtà il rapporto di Smith con il giusnaturalismo e il contrattualismo è più complesso. Ne è testimonianza la trattazione della giustizia in *Teoria dei sentimenti morali* dove le regole generali della moralità sono considerate Leggi della Divinità. La reverenza nei confronti di queste regole viene, così, teorizzata da Smith: «Tale reverenza viene ulteriormente accresciuta da un'opinione che è la prima impressa in noi dalla natura e poi confermata dal ragionamento e dalla filosofia; l'opinione secondo cui quelle importanti regole della moralità sono comandi e leggi della Divinità, che alla fine premierà coloro che obbediranno e punirà coloro che verranno meno al loro dovere». (A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, op. cit., p. 218). L'assonanza con la concezione lokiana della legge di natura mi sembra palese. Non potendo affrontare, in questa sede, un discorso storico - esegetico sono costretto a qualche semplificazione che, comunque, nella sostanza, non credo travisi il pensiero di Smith.

¹⁰¹ Riferendosi alla sussistenza di interessi in conflitto Smith asserisce: «Prima di poter fare un confronto appropriato fra questi opposti interessi, dobbiamo cambiare posizione. Non dobbiamo guardarli né dal nostro punto di vista né dal suo, né con i nostri occhi né con i suoi, ma dal punto di vista di una terza persona, che non ha nessuna particolare connessione con nessuno dei due e che giudica con imparzialità fra noi.» (A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, op. cit., p. 179). Inoltre, «L'appropriatezza dei nostri sentimenti morali non tende mai a corrompersi tanto come quando è vicino uno spettatore indulgente e parziale, mentre lo spettatore indifferente e imparziale è molto lontano.» (ivi, p. 205). Pur concordando con Zanini che interpreta l'osservatore simpatetico imparziale come un ideale e prudente io medio sociale, (cfr. A. Zanini, «Introduzione», in A. Smith, *Teoria dei sentimenti morali*, op. cit., p. XLVI) ciò non toglie, a mio avviso, che si tratti di un'astrazione almeno tanto quanto la legge di natura dei giusnaturalisti.

¹⁰² J. Rawls, *Una teoria della giustizia*, op. cit., pp. 33-36



le parti sono razionali e reciprocamente disinteressate¹⁰³ e non sono simpatetiche.¹⁰⁴ Secondo Sen, sarebbe opportuno tornare allo spettatore simpatetico imparziale perché, pur conservando il requisito per cui le decisioni devono essere impersonali (ossia imparziali) e basate sulla soppressione degli interessi acquisiti, «Tuttavia, a differenza di quanto prevede l'approccio contrattualista, lo spettatore imparziale non è a sua volta una parte del contratto. In effetti, la relazione fra il modello smithiano dell'osservatore imparziale e quello contrattualista kantiano – rawlsiano è piuttosto simile a quella fra un modello di *arbitrato* e uno di *negoziiazione*».¹⁰⁵ Premesso che, oltre alla versione kantiano – rawlsiana del contrattualismo ne sono possibili altre,¹⁰⁶ il modello di relazione nelle transazioni economiche, teorizzato da Smith in *La ricchezza delle nazioni*, come si è detto, è negoziale. Venditori e acquirenti non si affidano a un arbitro in condizione di terzietà, ma negoziano le condizioni in base alle quali operano uno scambio, nella fattispecie fra merci e denaro. L'equità della transazione è valutata da entrambe. In condizioni di libera concorrenza, se un acquirente non ritiene equo il prezzo proposto per il pagamento di una merce può rivolgersi ad altri. Del resto, transazioni particolarmente impegnative quali la vendita di appartamenti, per non parlare di cessioni di rami d'azienda o di vendite di quantità ingenti di materiali, sono sancite contrattualmente. In breve, il modello contrattualista kantiano-rawlsiano può essere esposto a una molteplicità di critiche, a cominciare da quella, da me condivisa, di un'eccessiva astrattezza e di una scarsa "utilizzabilità" per certi fini pratici.¹⁰⁷ Ciò non toglie che, nella quotidianità, gran parte delle nostre relazioni, a cominciare da quelle economiche, abbiano carattere contrattuale.

¹⁰³ Cfr. *ivi*, pp. 29-32

¹⁰⁴ Cfr. *ivi*, pp. 164-168 dove, in particolare, la posizione originaria è contrapposta all'osservatore simpatetico imparziale

¹⁰⁵ A. Sen, *Globalizzazione e libertà*, op. cit., pp. 40-41. Per dimostrare la sua tesi, nelle pagine seguenti Sen utilizza il caso della decisione nell'ambito della politica demografica. Dato l'argomento che sto trattando, non entro nel merito di tale dimostrazione che, in ogni caso, riguarda il particolare modello contrattualista di Rawls.

¹⁰⁶ Per una critica del modello kantiano - rawlsiano e per l'ipotesi di un modello contrattualista alternativo, cfr. F. Manti, *Kultur, Zivilisation, Decivilisation*, Name, Genova 2008, pp. 69-102

¹⁰⁷ Cfr. A. Sen, *Globalizzazione e libertà*, op. cit., p. 43



Tenere presente l'eterogeneità dell'etica significa ritenere che i giudizi morali possano, a seconda del principio che privilegiamo per la loro formulazione, essere espressi sia rispettando il criterio d'imparzialità, sia, quanto lo riteniamo necessario, facendo riferimento al principio di parzialità. Nelle relazioni economiche possono convergere interessi comuni e contrastanti. Ad es., un imprenditore o un *manager* ha con *stakeholder* come i dipendenti e i fornitori il comune interesse a che gli affari vadano bene. Se la domanda richiede determinati *standard* qualitativi è interesse dell'offerta tenerne il dovuto conto pena un contrarsi della prima. Altri e numerosi potrebbero essere gli esempi.

Il modello di deliberazione morale che ho chiamato decisione ragionevole mi sembra rispondere, in maniera sufficientemente adeguata, alla dimensione negoziale e contrattuale delle nostre relazioni, a cominciare da quelle economiche, senza dover fare ricorso ad astrazioni quali la posizione originaria o l'osservatore simpatetico imparziale. L'equità stessa di una negoziazione dipende da una molteplicità di fattori di contesto e motivazionali che richiede, per essere valutata, di fare riferimento ai principi di riferimento come ai processi che consentono la convergenza dei soggetti interessati.

Questa visione è esposta ad almeno due critiche una specifica e una, per così dire, fondazionale:

1. Ammettere fra i principi morali fondamentali quello di parzialità significa aprire un varco al relativismo etico e alla giustificazione di scelte basate solo sull'efficacia e l'efficienza o la "potenza dei mezzi" senza alcun riguardo all'equità o ai diritti dei soggetti più deboli o, per qualche ragione, svantaggiati. Il rilievo dato, nella teoria, al contesto non può che rafforzare questa possibilità
2. Su quale fondamento si basano i tre principi dell'etica e i valori morali in generale affinché possiamo ritenerli accettabili indipendentemente dalle particolari visioni del bene di ognuno?

La risposta alle due obiezioni esigerebbe una trattazione molto approfondita e affrontare complicate questioni di epistemologia morale. In questa sede, mi sembra si possa rispondere come segue: il principio di parzialità non mette, di per sé, in questione l'oggettività del valore



morale. Possiamo ammettere che esistano principi (i tre fondamentali dell'etica), valori morali e un numero limitato di diritti (essenzialmente quelli individuati dalla tradizione giusnaturalistica) riconoscibili indipendentemente dalle nostre specifiche esperienze, dalle nostre emozioni e dal sentimento morale. Larmore ha elaborato, al proposito, un'interessante epistemologia morale secondo la quale a fondamento del nostro dare ragioni relativo alle scelte che compiamo vi sono due dimensioni una cognitiva, concernente le modalità attraverso le quali ragioniamo¹⁰⁸, e un culturale che richiama anche il riferimento alla tradizione. Egli afferma: «Penso quindi che il punto di vista morale abbia le sue radici tanto nella natura stessa della ragione, quanto nell'addestramento, nell'abitudine, nella cultura».¹⁰⁹

Su queste basi il principio di parzialità non può essere assunto come fondamento di una relativistica etica della situazione il cui scopo sarebbe quello di giustificare scelte egoistiche di singoli o gruppi. Una delle ragioni del ricorso a tale principio è la preoccupazione per il bene di persone che hanno obiettivi o interessi particolari che condividiamo, o che ci stanno a cuore, e con le quali siamo in relazione. Come si è detto, anche nelle relazioni negoziali gli interlocutori devono prendere sul serio i reciproci obiettivi, interessi, motivazioni di varia natura.

È possibile, pertanto, esprimere, sinteticamente, l'essenza di una teoria della decisione ragionevole. Quando operiamo delle scelte che comportano azioni e, in particolare, azioni che influiscono sulla vita altrui, abbiamo l'onere morale di giustificarle, di esplicitarne le ragioni a sostegno. La ragionevolezza si riferisce a una dimensione intersoggettiva di soggetti (individuali o collettivi) situati in un determinato contesto nel quale emergono dilemmi morali. Essa, richiama, dunque, al confronto e alla negoziazione orientati a trovare soluzioni

¹⁰⁸ Cfr. C. Larmore, *Dare ragioni*, op. cit., pp. 41-54. In queste pagine, che meriterebbero un approfondito commento, viene affrontato il tema della verità come corrispondenza e, su questa base, del rapporto fra verità e credenza e verità e realtà.

¹⁰⁹ Il fare riferimento alla cultura significa anche valorizzare la tradizione come una delle fonti del dare ragioni (cfr. C. Larmore, «Un'etica delle ragioni», in C. Larmore - A. Renault, *Dialogo sull'etica*, Meltemi, Roma 2007, p. 48). Va notato come, all'interno di un diverso approccio filosofico, anche Hayek abbia sottolineato la rilevanza della tradizione riferimento per le nostre scelte (cfr., ad es., F. Hayek, *Perché non sono conservatore*, tr. it., Ideazione, Roma 1997, pp. 49-52 e Id., *La società libera*, op. cit., pp. 89-107).



che possano essere accettate dagli interlocutori. Nella formulazione del giudizio morale, che giustifica le scelte, dovremmo dare ragione del fatto che esso faccia riferimento all'uno o all'altro dei principi fondamentali della morale e di come tale principio viene rapportato alla molteplicità di interessi e motivazioni presenti nel contesto. Fra le motivazioni dovremmo tenere presenti anche quelle che riguardano la sfera emotiva cosicché il porsi in terza persona, nella formulazione del giudizio, richiede anche una capacità di relazione simpatetica. In questo consiste il concepire da ragionevolezza come integrazione di razionalità e simpateticità. In particolare, le relazioni, come quelle economiche, basate sulla negoziazione richiedono tale integrazione. Tutto ciò mi porta a ritenere che oltre i principi fondamentali della morale dovremmo tenerne presente uno ulteriore non fondativo, ma imprescindibile nelle relazioni sociali e, in particolare, in quelle negoziali.¹¹⁰ Si tratta del principio di giustificazione contestuale che può essere formulato nel modo seguente: “siamo tenuti a dare ragioni di scelte e azioni alla luce del contesto nel quale hanno luogo e della scelta che operiamo fra i principi fondamentali della morale in riferimento al suddetto contesto.”



LA DIMENSIONE ETICA DELLA RSI.

Quella che siamo soliti denominare Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) o in lingua inglese Corporate Social Responsibility (CSR) costituisce, a mio avviso, una delle pratiche nelle quali emerge, con maggior vigore, l'integrazione di istanze etiche ed economiche.

Sinteticamente, gli approcci alla RSI sono due: uno più diffuso nel mondo anglosassone che potremmo definire reputazionismo, l'altro, più propriamente europeo, nel quale si privilegia il riferimento a teorie e principi morali. Nel primo caso, le imprese deciderebbero strategie socialmente responsabili per elevare, presso gli *stakeholder*, la propria “buona reputazione” e ottenerne, poi, dei vantaggi sul piano del

¹¹⁰ Al fine di evitare equivoci, l'idea di un'etica dove le scelte morali si configurino come ragionevoli nel senso che ho proposto non configura una teoria etica completa dato il fatto dell'“eterogeneità della morale”





profitto. Nel secondo, la RSI risponderebbe a criteri etici nell'assunzione di responsabilità verso gli *stakeholder*. In entrambi gli approcci sono presenti e si integrano motivazioni etiche ed economiche che ritengo sia una forzatura separare. Nella realtà americana e anche inglese è possibile che l'accento venga posto maggiormente sugli impegni o obblighi nei confronti di un contesto sociale di cui le imprese fanno parte, mentre in quella europeo - continentale si privilegia la responsabilità come risposta individuale giustificata in riferimento a valori, imperativi, lealtà morali.¹¹¹ Non deve, però, sfuggire, come il *Libro Verde* dell'U.E., dopo aver sottolineato come essere socialmente responsabili significhi, al di là degli obblighi giuridici, investire maggiormente sul capitale umano, l'ambiente i rapporti con gli *stakeholder*, affermi

L'esperienza acquisita con gli investimenti in tecnologie e prassi commerciali ecologicamente responsabili suggerisce che, andando oltre gli obblighi previsti dalla legislazione, le imprese possano aumentare la propria competitività. L'applicazione di norme sociali che superano gli obblighi giuridici fondamentali, ad esempio nel settore della formazione, delle condizioni di lavoro o dei rapporti tra direzione e il personale può avere dal canto suo un impatto diretto sulla produttività. Si apre in tal modo una strada che consente di gestire il cambiamento e di conciliare lo sviluppo sociale e una maggiore competitività.¹¹²

Il fatto che tanto il modello reputazionistico quanto quello "europeo" vedano nella pratica della RSI possibilità d'incremento di competitività e profitti costituisce una ragione sufficiente per ritenere la RSI estranea all'etica, un "fiore all'occhiello" da utilizzarsi a scopo promozionale o, al più, una strategia di *marketing* come altre?.

In letteratura si possono riscontrare diverse posizioni in merito. C'è chi come M. Friedman ritiene che la RSI sia addirittura eversiva poiché metterebbe in discussione la proprietà privata e la libertà

¹¹¹ Su questo argomento, cfr. M.A. La Torre, *Questioni di etica d'impresa*, Giuffrè, Milano 2009, p. 14

¹¹² *Libro Verde Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*, U.E., Bruxelles 2001, p. 7



d'impresa. La *mission* di un'impresa consiste, per lui, nell'ottenere il massimo profitto possibile nel rispetto delle leggi. Tale profitto, qualora venga utilizzato, deve esserlo solo per investimenti atti a potenziare esclusivamente la produttività e la competitività¹¹³. A. B. Carroll ha teorizzato la "piramide della CSR" nella quale la responsabilità etica è collocata al penultimo stadio preceduta, nell'ordine, dalla economica, dalla legale e seguita dalla filantropica. Nella sua visione, dunque, l'etica sarebbe un aspetto della RSI.¹¹⁴ D. Ninci ritiene la RSI uno degli strumenti a disposizione dell'imprenditore e ne sottolinea la rilevanza etica nel «mantenere la centralità dell'uomo in ogni processo, centralità che prevalendo sulla pura logica del profitto e sull'attività di consumo diviene la leva concorrenziale strategicamente efficace, che contribuisce al miglioramento della qualità della vita.»¹¹⁵ C. Chirieleison, invece, pur ritenendo la RSI un aspetto dell'etica d'impresa, non la considera di per sé interna al dominio dell'etica in quanto le sue pratiche sarebbero condizionate dalle pressioni degli *stakeholder*, per cui l'etica si dissolverebbe nella socialità. Valutati i costi e i benefici sociali prodotti dall'azienda, vantaggi e svantaggi nelle relazioni con gli *stakeholder* «l'azienda definisce il livello di socialità che intende inglobare nella gestione, traducendolo appunto in obiettivi sociali, ovviamente interrelati a quelli economici.»¹¹⁶

¹¹³ «But the doctrine of "social responsibility" taken seriously would extend the scope of the political mechanism to every human activity. It does not differ in philosophy from the most explicitly collectivist doctrine. It differs only by professing to believe that collectivist ends can be attained without collectivist means. That is why, in my book *Capitalism and Freedom*, I have called it a "fundamentally subversive doctrine" in a free society, and have said that in such a society, "there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud."» (M. Friedman, «The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits», *New York Times Magazine*, 13/09/1970, p. 126, ora in T.L. Beauchamp, N.E. Bowie (a cura di), *Ethical Theory and Business*, Pearson Education, Upper Saddle River, 2004).

¹¹⁴ Cfr. A.B. Carroll, «La piramide della CSR: verso uno stakeholder management morale», tr. it., in R. E. Freeman, G. Rusconi e M. Dorigatti, *Teoria degli stakeholder*, Angeli, Milano 2007, pp. 150-155.

¹¹⁵ D. Ninci, «Gli strumenti etici dell'imprenditore», in C. Ciappei - D. Ninci *Etica d'impresa*, Firenze University Press, Firenze 2006, p. 443.



M. Molteni ritiene che quella sociale sia, per le imprese, una responsabilità non eludibile. In particolare, egli sostiene che all'interno di una decisione strategica l'attenzione a considerare fattori sociali «non esprime [...] una preoccupazione morale 'particolare' che si giustappone al processo decisionale 'razionale', ma è il rendersi razionale di un processo decisionale che altrimenti sarebbe gravemente lacunoso. Ogni decisione implica una presa di posizione verso gli interessi in gioco e manifesta una gerarchia di valori, sia essa esplicita o implicita, consapevole o inconsapevole.».¹¹⁷ Ciò comporta, lo afferma Molteni stesso, citando Carroll, che «la dimensione etica è “presente praticamente in tutte le decisioni economiche che riguardano i portatori d'interesse”».¹¹⁸

M. A. La Torre incentra la sua attenzione sulla definizione di responsabilità. Il termine «sembra avere valenza analoga nella sfera sociale e in quella morale. Occorre invece, riteniamo, tenere ben distinti i piani a. della responsabilità legale; b. della responsabilità sociale e c. della responsabilità morale.».¹¹⁹ Secondo questa visione, nonostante sia riscontrabile una linea di continuità in più sensi, fra RSI ed etica, la prima può essere considerata per un verso «come un “prodromo” dell'etica, per l'altro, viceversa l'implementazione dell'etica nell'attività d'impresa non può non includere un'assunzione di responsabilità sociale.».¹²⁰

Per quanto mi riguarda, concordo con chi ritiene che la RSI appartenga, a pieno titolo, al dominio dell'etica o, se proprio si vuole specificare, dell'etica sociale. Ogni atto che incide sulla nostra come sulla vita altrui implica un'assunzione di responsabilità e, pertanto, esso rientra nella sfera dell'etica. Non penso si possa parlare di responsabilità esterne a tale sfera a meno che non si voglia pensare l'etica in termini strettamente kantiani e non si riproponga quella separazione, a mio modo di vedere artificiosa, fra *homo noumenon* e *homo*

¹¹⁶ C. Chirieleison, *Le strategie sociali nel governo dell'azienda*, Giuffrè, Milano 2002, p. 105

¹¹⁷ M. Molteni, «Per un'imprenditorialità socialmente orientata», in S. Semplici (a cura di), *Il mercato giusto e l'etica della società civile*, Vita e Pensiero, Milano 2005, p. 127;

¹¹⁸ *Ivi*, nota 2, p. 128; cfr. A.B. Carroll, *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, South-Western, Cincinnati, 1989, p. 20

¹¹⁹ M.A. La Torre, *Questioni di etica d'impresa*, op. cit., pp. 14 - 15

¹²⁰ *Ivi*, p. 18



fenomenon della *Metafisica dei costumi*.¹²¹ Si è anche visto quali possano essere gli esiti, contestati da Constant, di una simile teoria.¹²² Scegliere, ad es., di rispettare l'ordinamento giuridico, quando è possibile aggirarlo (o anche semplicemente non rispettarlo *tout court*) è, comunque, un atto riconducibile alla sfera morale di cui è possibile dare ragioni che fanno appello, in ultima istanza, ai principi fondamentali dell'etica. Tanto più questo discorso vale per la responsabilità sociale, in generale, e per quella d'impresa, in particolare. L'approccio che ho proposto, inoltre, fa sì che le scelte vengano valutate e giustificate come esito di un giudizio morale che "sostiene" un processo decisionale ragionevole. Questo richiede che prestiamo pari attenzione alle ragioni, ai processi, alle molteplici motivazioni che possono orientare la scelta, alle conseguenze, valutando il tutto in relazione con il contesto nel quale intendiamo assumere la responsabilità delle scelte e delle azioni che ne conseguono. Il fatto che esse possano avere esiti che non sono stati previsti e non sono intenzionali non fa venire meno il carattere etico delle decisioni che orientano le scelte così come non lo fa venire meno la maggiore o minore consapevolezza con cui le operiamo. Come afferma Molteni «L'eventuale non consapevolezza dei criteri utilizzati, peraltro, non costituisce un alibi che giustifica la parzialità della decisione; anzi, ciò accresce il giudizio negativo nei confronti del decisore, in quanto egli dimostra di affrontare i propri compiti privo del necessario atteggiamento critico.».¹²³

Tutto quello che possiamo dire rispetto al carattere etico di decisioni di questa natura è che alcune di esse sono più difficili. Ciò accade quando, nell'assumere l'onere della giustificazione delle scelte e nel dare ragioni, ci accorgiamo che i principi fondamentali entrano in tensione generando, così, anche un conflitto fra lealtà morali cui non vorremmo rinunciare (se prese singolarmente).

Vi sono, inoltre, due ragioni ulteriori per cui la RSI rientra nel dominio dell'etica. La prima, è che non necessariamente un'impresa persegue strategie socialmente responsabili come risposta a pressioni

¹²¹ I. Kant, *La metafisica dei costumi*, tr. it., Laterza, Roma - Bari 1991, pp. 48-51 e p. 118

¹²² Cfr. nota 86, p.91

¹²³ M. Molteni, «Per un'imprenditorialità socialmente orientata», *op. cit.*, p. 127



degli *stakeholder*.¹²⁴ Esse possono, infatti, essere decise autonomamente dall'impresa sulla base di analisi dei bisogni in modo tale da anticipare le domande sociali o semplicemente perché sono ritenute parte integrante della *mission*. La seconda, consiste nel fatto che determinate scelte come, ad es., quelle riguardanti l'ambiente di lavoro, il sostegno alla formazione, l'istituzione di asili aziendali, investimenti di promozione di attività (culturali, sportive, ecc.) sul territorio o finalizzate alla salvaguardia ambientale, determinano modificazioni importanti sulla qualità della vita e ampliano le possibilità di progettazione della propria esistenza da parte dei soggetti interessati. Tutto ciò mi sembra profondamente etico.

Resta un ultimo punto "critico" consistente in questa obiezione: se la RSI è una strategia il cui scopo è generare profitto allora si tratta di un qualcosa che ha poco o nulla a che vedere con l'etica.

In prima approssimazione, credo si possa rispondere, facendo riferimento a quanto aveva già compreso Smith, come segue: un minimo di realismo ci richiama al fatto che non può esistere impresa (e dunque RSI) che non produca profitto o che, trattandosi di *no profit* o di cooperative, non abbia riscontri economici positivi, nei termini societari previsti, dalle proprie attività. Il non fare fallire le imprese è un impegno etico di fondamentale importanza. Va da sé che, se un'impresa è socialmente impegnata, un attivo particolarmente elevato potrà garantire investimenti rilevanti in ambito sociale. Se dovessimo utilizzare il linguaggio di Smith, dovremmo dire che la RSI non si basa sulla benevolenza perché non dovrebbe essere episodica e filantropica,¹²⁵ ma sulla simpatia e l'appropriatezza. Personalmente, ritengo che la non condivisione di posizioni come quelle di Friedman, non significhi eliminare il profitto come fattore fondamentale della *mission* delle imprese, naturalmente considerandolo un (e non il solo) fattore, che dovrebbe essere integrato con altri come l'adozione di strategie di RSI. Un conto è dire: fine esclusivo dell'impresa è la massimizzazione del profitto, altro è dire che fra gli scopi fondamentali dell'impresa vi è

¹²⁴ In ogni caso, anche se lo facesse, non vedo perché tenere conto delle richieste degli *stakeholder* non possa essere considerato una scelta etica

¹²⁵ Cfr. M. A. La Torre, *Questioni di etica d'impresa*, op. cit., pp. 1- 5



quello di produrre profitto. Inoltre, decidere come utilizzarlo, in considerazione di quanto detto finora, si configura come una scelta etica.

RSI E APPROCCIO DEGLI *STAKEHOLDER*: UN RAPPORTO PROBLEMATICO.

La “continuità” fra etica ed economia trova, a mio avviso, particolare riscontro quando si voglia applicare alla RSI l’approccio degli *stakeholder*. Diversamente da quanto si potrebbe pensare, tale applicazione non è per nulla scontata e, in ogni caso, richiede di affrontare questioni morali di un certo spessore.¹²⁶

K. E. Goodpaster individua due sintesi degli *stakeholder*, quella strategica e quella multi - fiduciaria.¹²⁷ Entrambe dovrebbero basarsi su un’analisi il cui scopo consiste nel definire soggetti, gruppi, istituzioni, ecc. che si trovano nella condizione di *stakeholder* rispetto all’impresa. Tale analisi è «moralmente neutra».¹²⁸ Le sintesi, costituiscono un modello che consente di passare dall’identificazione degli *stakeholder* a quelle che Goodpaster chiama questioni di sostanza.¹²⁹ Esse si connotano come eminentemente etiche data la rilevanza sociale delle decisioni che assumono i *manager*. In breve, le sintesi degli *stakeholder* danno sostanza etica al processo decisionale dei *manager*.

La sintesi strategica si basa su una concezione strumentale degli *stakeholder*. Essi vanno presi in considerazione per ragioni competitive e per l’eventuale impatto legale di loro azioni. In questa sintesi, gli azionisti esercitano il ruolo di principali e i loro interessi economici indirizzano le decisioni dei *manager* i quali governano l’impresa su mandato fiduciario degli azionisti salvaguardandone gli interessi.

¹²⁶ Cfr. F. Manti, «Una nuova prospettiva per la Responsabilità Sociale d’Impresa», in M. Pasini (a cura di), *Valori e mercato*, Città del silenzio, Novi Ligure 2010

¹²⁷ K. E. Goodpaster, «Etica d’impresa e analisi degli *stakeholder*», tr.it., in R. E. Freeman, G. Rusconi e M. Dorigati (a cura di), *Teoria degli *stakeholder**, Angeli, Milano 2007, pp. 80 - 99

¹²⁸ *Ivi*, p. 84

¹²⁹ Cfr. *ivi*, p. 85.



Nella sintesi multi - fiduciaria, gli *stakeholder* sono considerati in riferimento agli interessi che esprimono indipendentemente dalla funzione strumentale che possono avere per l'impresa; gli azionisti sono *stakeholder* i cui interessi economici hanno la stessa rilevanza di quelli degli altri; i *manager* governano l'impresa tenendo conto degli interessi economici di tutti gli *stakeholder* e considerandoli di pari importanza.

La dimensione etica della sintesi strategica, data la considerazione degli *stakeholder*, riguarda il rapporto manager - azionisti. I primi, sono tenuti a rispettare quello che potremmo definire un principio di giusto comportamento per il quale i manager devono rispettare rigorosamente il contratto di lavoro sottoscritto con gli azionisti, evitando conflitti d'interesse, in quanto responsabili dell'andamento dell'impresa. Il *manager*, inoltre, gestisce un capitale di rischio non suo e governa l'impresa secondo un principio di delega fiduciaria, da parte degli azionisti, che richiede l'impegno, in primo luogo etico, a una relazione reciprocamente trasparente nell'assicurare interesse dell'impresa. Nella sintesi strategica, come afferma Goodpaster, è comune «la convinzione che l'orientamento fondamentale del management debba essere rivolto verso gli interessi degli azionisti. Gli altri stakeholder (clienti, dipendenti, fornitori, vicini) entrano nell'equazione del processo decisionale o direttamente come fattori economici strumentali oppure indirettamente come soggetti con aspettative legali potenziali». ¹³⁰

Nella sintesi multi - fiduciaria, il manager non ha l'obbligo di governare l'azienda dando priorità assoluta agli interessi degli azionisti, ma deve individuare strategie che tengano conto, come parimenti rilevanti, degli interessi di tutti i soggetti individuali e collettivi. La discrezionalità decisionale del *manager* risulta, così, molto più ampia. Il patto fiduciario *manager* - azionista si dilata, dunque, verso tutti gli *stakeholder* anche se, fra questi e il management, non sussiste alcun impegno contrattuale formale. Il *manager* risulta, pertanto, eticamente responsabile tanto nei confronti degli azionisti come degli altri *stakeholder*. Ne consegue che, in caso di conflitto fra interessi economici, egli è tenuto a perseguire strategie aziendali secondo il criterio di

¹³⁰ *Ivi*, p. 86



“massimizzazione” congiunta degli interessi di tutti gli *stakeholder*. È questa un’implicazione particolarmente delicata della sintesi multi - fiduciaria: l’estensione delle relazioni fiduciarie a tutti gli *stakeholder* comporta un’assunzione di responsabilità etico - sociale, nel processo decisionale aziendale, incidente sul rapporto fra scelte manageriali e razionalità economica d’impresa. A questo proposito, va tenuto presente come Goodpaster parli di “massimizzazione” dei «vantaggi economici»¹³¹ e non di vantaggi di altra natura.

La sintesi multi - fiduciaria, responsabilizzando i *manager* verso tutti gli *stakeholder* e superandone la visione strumentale, sembrerebbe fornire “sostanza etica” alla RSI. Essa, però, è esposta a un’obiezione che prende le mosse dalla “descrizione” degli *stakeholder*: «si potrebbe affermare che l’analisi multi – fiduciaria degli *stakeholder* sia semplicemente incompatibile con convinzioni morali largamente condivise relative agli obblighi fiduciari particolari dovuti dal management agli azionisti. Al centro dell’obiezione sta il credo che gli obblighi che gli agenti hanno verso i principali siano più forti o di tipo diverso rispetto a quelli che gli agenti hanno verso terze parti.»¹³²

Ci si trova, pertanto, di fronte a un vero e proprio “paradosso degli *stakeholder*” che può essere così formulato: sulla base di giustificazioni etiche (rapporto fiduciario e paritario con tutti gli *stakeholder*) si compirebbero scelte non giustificabili eticamente in quanto contravverrebbero l’impegno fiduciario e contrattuale (lealtà piena e disinteressata dei *manager* verso gli azionisti e priorità degli interessi di questi ultimi) eticamente, ancor prima che legalmente, vincolante.

La questione fondamentale posta dal “paradosso degli *stakeholder*” è costituita dall’impegno fiduciario e dal suo “spessore” etico. Con l’approccio multi - fiduciario si determina una situazione per cui anche chi non detiene quote azionarie esercita un’influenza pari a quella dell’azionista nel processo decisionale. Facendo riferimento alle posizioni espresse da D. S. Ruder,¹³³ Goodpaster sottolinea come l’adozione dell’approccio multi – fiduciario potrebbero essere interpre-

¹³¹ *Ini*, p. 90

¹³² *Ini*, p. 92

¹³³ D.S. Ruder, «Public obligations of private corporations», *University of Pennsylvania Law Review*, n.114, 1965, pp. 228 -229



tato come un passaggio radicale, ossia «la conversione dell'impresa privata moderna in istituzione pubblica»¹³⁴ il che «probabilmente richiama alla ristrutturazione della corporate governance».¹³⁵ I rappresentanti di ogni gruppo di *stakeholder*, infatti, dovrebbero entrare a far parte del Consiglio di Amministrazione dell'impresa.

L'alternativa rappresentata dall'approccio strategico, però, non risulta a sua volta soddisfacente poiché riduce la dimensione etica al rapporto fiduciario fra azionista e *manager*, mentre gli interessi degli altri *stakeholder* sono considerati solo se funzionali alla massimizzazione del profitto degli azionisti.

Non condividendo la conclusione di Ruder, secondo cui l'etica d'impresa richiede questa alternativa: «o un settore privato con una sintesi degli stakeholder strategica (business senza etica) oppure la perdita effettiva del settore privato con una sintesi multi - fiduciaria degli stakeholder (etica senza business)»,¹³⁶ Goodpaster propone una “nuova sintesi” che si prefigge di evitare l'approccio strategico e, insieme, non espandere il rapporto fiduciario azionista - *manager* agli altri *stakeholder*. Ciò è possibile se si distinguono le responsabilità fiduciarie che i *manager* hanno nei confronti degli azionisti da altre ristrette non fiduciarie nei confronti degli altri *stakeholder*.

La “nuova sintesi” individua due tipi di obblighi: diretti e indiretti. Quelli dei *manager* verso gli *stakeholder* non azionisti non sarebbero, come nell'approccio strategico, indiretti, ossia unicamente strumentali al perseguimento degli interessi degli azionisti. Tali obblighi sarebbero diretti, ma al tempo stesso, non fondati sulla relazione fiduciaria. Si tratta di obblighi morali «dovuti da singoli individui e da organizzazioni del settore privato a coloro la cui libertà e benessere sono influenzati dal loro comportamento economico».¹³⁷ Pertanto, essi riguardano doveri quali: non mentire, non frodare, non danneggiare o coartare, ecc.. Poiché tali obblighi sono categorici, non possono essere ricondotti a una relazione fiduciaria, ma a relazioni che, sul piano etico (e non solo), hanno altrettanta importanza. Per quanto riguarda specificamente gli

¹³⁴ K. E. Goodpaster, «Etica d'impresa e analisi degli stakeholder», *op. cit.*, p. 95

¹³⁵ *Ibidem*

¹³⁶ *Ibidem*

¹³⁷ *Ibidem*



azionisti, essi, secondo Goodpaster, dovrebbero attenersi al «“Nemo Dat Principle” (NDP)»¹³⁸ in ottemperanza al quale «nessuno può aspettarsi che il comportamento di un *agente* sia meno responsabile di quello che egli si aspetterebbe da se stesso.»¹³⁹ A livello sociale, ciò significa che nessun azionista può aspettarsi da un *manager* un comportamento non coerente con le aspettative etiche ragionevoli della comunità.¹⁴⁰ Pertanto:

Il *Paradosso degli Stakeholder* può essere evitato attraverso una comprensione più approfondita della natura dell'obbligo morale e dei limiti che impone nella relazione principale - agente. Una volta che si è compreso che esiste uno “spazio” pratico per identificare i valori etici condivisi da un'azienda e dai suoi azionisti - uno spazio che va oltre il proprio interesse strategico ma si ferma vicino all'imparzialità - può iniziare il lavoro di riempimento di tale spazio.¹⁴¹

Posta in questi termini, però, la “nuova sintesi” non risolve il “paradosso degli *stakeholder*”. In caso di conflitto fra gli obblighi, se si vogliono rispettare quelli fiduciari, non resta che “ripiegare” sulla sintesi strategica. Viceversa, se si vogliono privilegiare quelli non fiduciari, o si rimane nell'ambito del rispetto delle leggi vigenti (ma questo è previsto anche dall'approccio strategico),¹⁴² oppure, laddove si fosse in presenza di un conflitto significativo, varrebbero le obiezioni sollevate nei confronti della sintesi multi - fiduciaria. Come può, ad es., un *manager* non danneggiare uno *stakeholder* non azionista se gli interessi economici di questi sono in conflitto con quelli degli azionisti ed egli deve rispettare l'obbligo contrattuale e fiduciario che prevede la massimizzazione del profitto nel loro interesse? La “nuova sintesi” è, in realtà, esposta ad alcune criticità che non è qui possibile presentare analiticamente.¹⁴³ In breve, il “paradosso degli *stakeholder*” non è risolto poiché, come si è detto, esso si configura come conflitto fra obbligazioni

¹³⁸ *Ivi*, p. 97

¹³⁹ *Ibidem*

¹⁴⁰ Cfr. *ibidem*

¹⁴¹ *Ivi*, p. 99

¹⁴² Questo aspetto è ben presente a Goodpaster (cfr. *ibidem*)

¹⁴³ Per un approfondimento, cfr. F. Manti, «Una nuova prospettiva per la Responsabilità Sociale d'Impresa», *op. cit.*



di diversa natura che non è possibile superare con un generico richiamo al NDP.

LA COMPANY STAKEHOLDER RESPONSIBILITY

La difficoltà di soluzione del *Paradosso degli Stakeholder* evidenzia la problematicità dell'integrazione fra Responsabilità Sociale d' Impresa (*Corporate Social Responsibility*) e approccio degli *stakeholder*. R. E. Freeman e S.R. Velamuri propongono di riconsiderare l'idea stessa di CSR.¹⁴⁴ Si tratta, a mio parere, di una prospettiva teorica e, insieme, operativa di grande interesse capace, fra l'altro, di superare il *Paradosso* ponendo al centro della teoria la dimensione negoziale ed etico - sociale delle relazioni e delle decisioni in ambito economico - aziendale.

Le considerazioni a sostegno della necessità di tale revisione sono, in sintesi, le seguenti. Si è affermata una tendenza a parlare di affari e RSI come se si trattasse di ambiti differenti che implicano diversi processi di pensiero e attività. «Secondo noi la sfida - affermano Freeman e Velamuri - sta nel promuovere un modo diverso di fare business che integri le considerazioni relative agli affari, all'etica e alla società». ¹⁴⁵ Al contrario la RSI, come è comunemente intesa, rafforza l'idea che si debbano separare etica e affari finendo per assolvere a una funzione puramente strumentale finalizzata a “migliorare” esclusivamente all'incremento del profitto per gli azionisti d'impresa. Il mutamento di prospettiva consiste nel considerare clienti, fornitori, dipendenti non sono soltanto *stakeholder* di una determinata impresa, ma, prima di tutto, membri della società. Se essi traggono benefici dalle loro relazioni con l'impresa, ne trarrà beneficio l'intera società. Ciò non significa tornare a una concezione filantropica della RSI. Freeman e Velamuri affermano con chiarezza: «finanziare un teatro non compensa (in senso morale) i clienti e la comunità dall'aver dato

¹⁴⁴ Cfr. R.E. Freeman e S.R. Velamuri, «Un nuovo approccio alla CSR: responsabilità verso gli stakeholder d'impresa (Company Stakeholder Responsibility)», in R.E. Freeman, G. Rusconi e M. Dorigatti, *Teoria degli Stakeholder*, op. cit., pp. 253 - 269

¹⁴⁵ *Ivi*, p. 254



loro qualcosa in meno del dovuto. Il focus deve essere posto su come si è creato valore nella proposta base d'affari». ¹⁴⁶ All'idea di un capitalismo aggressivo e orientato esclusivamente alla massimizzazione del profitto per gli azionisti delle imprese, Freeman e Velamuri contrappongono una la visione del capitalismo come sistema di cooperazione sociale finalizzato alla creazione di valore. Comportamenti basati su decisioni che separano etica e affari, privilegiando il *self-interest* degli azionisti, conducono al «danneggiamento di una istituzione - il business - che ancora deve giocare un ruolo centrale nel sollevare dalla povertà centinaia di milioni di persone in Asia, Africa e America Latina». ¹⁴⁷

Inoltre, la RSI viene, comunemente, riferita alla *Corporate*, ossia alla grande impresa. In realtà, le responsabilità non sono derivate dalla dimensione. Quando si consideri il fare affari come creare valore per gli *stakeholder* e si riconosca che l'etica e i valori nelle relazioni d'affari sono importanti quanto lo sono in altre relazioni «allora l'idea della "responsabilità sociale d'impresa" è proprio superflua». ¹⁴⁸ Pertanto, Freeman e Velamuri propongono di sostituire alla *Corporate Social Responsibility* la *Company Stakeholder Responsibility*. In sintesi, tale sostituzione comporta: 1. Il riferimento (con l'utilizzo del termine *Company*) a tutti i tipi di azienda, a tutte le forme di creazione di valore e anche di commercio; 2. L'individuazione dello scopo fondamentale della *Company Stakeholder Responsibility* nella creazione di valore per gli *stakeholder* e nell'adempire alle responsabilità nei loro confronti; 3. La non separazione dell'etica dagli affari in termini di assunzione di responsabilità, nella creazione di valore, verso tutti i soggetti interessati.

Sul piano più propriamente operativo, Freeman e Velamuri hanno individuato quattro livelli d'impegno e dieci principi della *Company Stakeholder Responsibility*. ¹⁴⁹ Premesso che ognuno dei livelli e dei principi

¹⁴⁶ *Ivi*, p. 255

¹⁴⁷ *Ibidem*.

¹⁴⁸ *Ibidem*. In coerenza con il contenuto del Saggio, qui Freeman e Velamuri si riferiscono alla CSR

¹⁴⁹ I livelli d'impegno, ordinati in senso ascendente sono: 1. Proposta base di valore; 2. Prolungata collaborazione fra gli *stakeholder*; 3. Una comprensione di questioni sociali più ampie; 4. *Leadership* etica. I principi sono: 1. Vediamo gli interessi degli *stakeholder* come qualcosa che procede insieme nel tempo; 2. Vediamo gli *stakeholder* come persone reali con



è di grande interesse, mi soffermerò brevemente su quelli che mi appaiono più significativi ai fini del tema che sto trattando. La *comprensione di questioni sociali più ampie* implica che i *manager* non possono più disinteressarsi della realtà sociale e politica nella quale operano le imprese. Freeman e Velamuri ritengono necessario un «atteggiamento proattivo» nei confronti tanto degli *stakeholder* primari (coloro che hanno rapporti di affari con l'impresa), quanto di quelli secondari come ONG e associazioni di varia natura che possono esercitare un'influenza sulle attività imprenditoriali. Come si è più volte sottolineato, l'analisi di contesto ha una funzione decisiva nell'orientare le decisioni. Per quanto riguarda l'impegno alla *leadership etica*, acquistano particolare rilevanza le conclusioni tratte da W. Damon al termine di una ricerca, il Good Work Project, da lui coordinata:¹⁵⁰

Trovammo che un forte senso morale non solo favorisce lo sviluppo aziendale ma fornisce anche un forte vantaggio nel tentativo di costruire un'impresa di successo. Infatti, il senso morale sta al centro di tutte le innovazioni aziendali di successo. Ben lungi dall'essere una forza costrittiva che semplicemente obbliga le persone ad essere oneste ed a stare lontane dai problemi, la moralità crea una fonte fertile per la motivazione, per l'ispirazione e l'innovazione aziendale.¹⁵¹

Sulla base di queste considerazioni, Damon ritiene che, nelle imprese, vada implementata una moralità generativa basata sulla promozione

nomi, facce e bambini. Sono una realtà complessa; 3. Cerchiamo soluzioni alle problematiche che soddisfino contemporaneamente molteplici *stakeholder*; 4. Ci impegniamo in un'intensa comunicazione e nel dialogo con gli *stakeholder* – non solamente quelli che ci sono amici; 5. Ci impegniamo in una filosofia della volontarietà – a gestire da soli le relazioni con gli *stakeholder*, invece di lasciare ciò al governo; 6. Generalizziamo l'approccio al mercato; 7. Ogni cosa che facciamo serve ai nostri *stakeholder*. Non dobbiamo mai barattare gli interessi di uno con quelli di un altro nel tempo; 8. Negoziame con gli *stakeholder* primari e secondari; 9. Monitoriamo e ridisegniamo costantemente i processi in modo da poter meglio servire i nostri *stakeholder*; 10. Agiamo con lo scopo di adempiere il nostro impegno nei confronti degli *stakeholder*. Agiamo con il desiderio di realizzare i nostri sogni e i loro.

¹⁵⁰ Programma di ricerca, iniziato nel 1995, coordinato da H. Gardner, M. Czikszenmihlyi e W. Damon.

¹⁵¹ W. Damon, «The Moral Advantage», *Optimize* 2002, in <http://www.optimize-mag.com/issue/003/ethics.htm>, cit. in R. E. Freeman e S. R. Velamuri, *op. cit.*, p. 261



proattiva di iniziative morali positive. Esse possono essere “semplici”, come «servire meglio i clienti fornendo loro un prodotto meno costoso e migliore»,¹⁵² oppure “complesse” come «far giungere informazioni a chiunque in tutto il mondo in qualsiasi momento».¹⁵³ La morale generativa è fondamentale per sostenere l’innovazione, «è la chiave per dare vantaggio morale all’impresa».¹⁵⁴ Vorrei sottolineare come questa morale generativa, dinamica e innovativa, richieda, a mio avviso, il riconoscimento dell’eterogeneità della morale e strategie di scelta che ci riportano a quella che ho definito teoria della decisione ragionevole.

I dieci principi, forniscono, secondo Freeman e Velamuri, «l’impianto mentale» o la «visione globale»¹⁵⁵ di cui abbisogna una *leadership* etica proattiva. Fra i principi il (5), *ci impegniamo in una filosofia della volontarietà*, pone all’attenzione un aspetto di grande importanza, sul piano etico: La soddisfazione bisogni e interessi degli *stakeholder* deve essere l’esito di una libera scelta aziendale. «Una situazione in cui una soluzione ad un problema di uno stakeholder sia imposta da un’agenzia esterna governativa o dai tribunali, deve essere vista come una sconfitta manageriale».¹⁵⁶ Il principio (9), *monitoriamo e ridisegniamo costantemente i processi in modo da poter meglio servire i nostri stakeholder*, a sua volta, si fonda sull’assunto che l’analisi dei processi può portare a una loro ridefinizione tale da rispondere a bisogni degli *stakeholder* e migliorare il loro rapporto con l’impresa, mentre il principio (10), *agiamo con lo scopo di adempiere il nostro impegno nei confronti degli stakeholder. Agiamo con il desiderio di realizzare i nostri sogni e i loro*, consente di rapportarsi alla complessità dello scopo di un’azienda poiché «vi sono pochi limiti sulle tipologie di scopo che possono guidare un’impresa».¹⁵⁷ Se gli imprenditori e i dirigenti sono in grado d’individuare scopi che “parlino al cuore e alle menti” degli *stakeholder*, la probabilità di un successo duraturo nel tempo sarà, certamente, più ampia. La convinzione di

¹⁵² R. E. Freeman e S. R. Velamuri, *op. cit.*, p. 261

¹⁵³ *Ibidem*

¹⁵⁴ *Ivi*, p. 262

¹⁵⁵ *Ibidem*

¹⁵⁶ *Ivi*, p. 265

¹⁵⁷ *Ivi*, p. 267



Freeman e Velamuri è sintetizzata nella seguente affermazione: «Tutte queste organizzazioni devono generare profitti, oppure non saranno in grado di perseguire i loro scopi. E non possono generare profitti o raggiungere i loro scopi senza un intenso coinvolgimento dei loro stakeholder.».¹⁵⁸ Sia il principio (9) che il (10) corroborano ulteriormente le tesi che ho sostenuto, ossia la necessità di prestare attenzione nell'assunzione di decisioni, al contesto, ai processi, alle motivazioni comprese quelle emotive, e l'idea che la generazione di profitto, irrinunciabile per le imprese, non solo non sia contrapposta al coinvolgimento degli *stakeholder*, ma che tale coinvolgimento ne costituisca un volano fondamentale. Il che è come dire che etica ed economia vanno integrate e non separate o, ancor peggio, contrapposte.

CONCLUSIONI “PROVVISORIE”

La *Company Stakeholder Responsibility*, oltre a “risolvere” il *Paradosso degli Stakeholder*, attraverso un'interpretazione dell'attribuzione di responsabilità ai *manager* tale da non scindere e non gerarchizzare i loro impegni fra quelli dovuti agli azionisti e quelli dovuti agli altri *stakeholder*, va anche ben al di là dei limiti riscontrati nella “nuova sintesi” elaborata da Goodpaster. In particolare, viene meno quella distinzione fra obblighi diretti fiduciari e obblighi diretti di altra natura che ne costituisce uno dei più consistenti elementi di debolezza. Di fatto, essa tende a costruire le condizioni per un rapporto fiduciario di imprenditori e *manager* con gli altri *stakeholder* utilizzando il metodo della negoziazione sulla base di impegni e principi etici. È importante sottolineare come tale negoziazione non abbia, di per sé, fini strumentali, ma sia orientata al soddisfacimento di bisogni e interessi di tutti gli *stakeholder*. L'impresa viene, perciò, a configurarsi come una delle agenzie fondamentali di cooperazione (la produzione di profitto ne è un esito) all'interno di una più ampia visione della società come società cooperativa. La stessa concorrenza, costitutiva di una società di mercato, premia le imprese

¹⁵⁸ *Ibidem*