

L' ECONOMIA O È CARISMATICA O È DISUMANA

Luigino Bruni, già nostro ospite in altre occasioni, in particolare per parlare di microcredito, (vedi Caritas Insieme TV del 10 febbraio e 10 marzo 2007 e online www.caritas-ticino.ch), l'8 novembre scorso è stato ospite del Rinascimento nello Spirito Santo, ad un incontro del Consiglio Nazionale, nell'ambito di un momento di formazione, per parlare del rapporto fra economia e carismi.

In quella circostanza ha esposto un'idea straordinaria, che in qualche modo ritroviamo nel pensiero di mons. Eugenio Corecco, quando parlava della Carità, come sovrabbondanza nella risposta ad un bisogno, sviluppata in relazione all'economia e di grande speranza per la crisi che stiamo vivendo anche oggi.

Lo spunto per il suo discorso è dato dalla sua esperienza in quella che si chiama l'economia di comunione, nata in seno al movimento dei Focolari, fondato da Chiara Lubich, una realtà che raccoglie centinaia di imprese in tutto il mondo, ma anche da un gruppo di lavoro e di studio che da anni lo impegna in un lavoro di riflessione sull'andamento economico globale, per trovare strade diverse, spunti di risoluzione dei problemi,

in modo innovativo. Un risultato ad esempio, di questo lavoro è un libro, scritto in collaborazione con una suora, dal titolo "*Benedetta economia*", in cui si analizzano i rapporti insoliti ma stringenti, fra movimenti come quello benedettino e francescano con la storia economica occidentale.

Quando l'economista docente universitario parla di economia carismatica, lo afferma lui stesso, spesso la confusione è notevole, perché i suoi interlocutori, immediatamente pensano all'economia creativa, come se carismatico significasse fantasioso.

I rappresentanti del Rinascimento nello Spirito Santo, abituati a parlare di carismi, sono stati invece felicemente sorpresi nello scoprire che la loro esperienza di questi doni straordinari della Grazia Divina, hanno un loro preciso ruolo nella vita, anche in quel settore, l'economia, che solitamente è considerato estraneo alle "*cose dello Spirito*".

Forse non ultimo è ad influenzare questa errata concezione di una



separazione fra spirito e materia, fra cose del mondo e cose di Dio, il pensiero che il denaro è comunemente chiamato "lo sterco del demonio".

Luigino Bruni invece, ha mostrato con coerenza e sguardo profetico, che non solo un'economia animata dai carismi è più "buona", ma la stessa sanità e capacità dell'economia di sopravvivere alle sue deviazioni e alle sue storture è determinata dalla presenza in essa di realtà carismatiche.

Partiamo dalla Svizzera

Il punto di partenza della riflessione di Luigino Bruni è niente di meno che la concezione ecclesiologica di Urs Von Balthasar, un gigante elvetico della teologia moderna, che per descrivere la chiesa usa quelli che lui chiama i "profil", quasi in senso geometrico, dai quali si può osservare la comunità dei credenti. Questi profili sono agganciati da Von Balthasar ad altrettante colonne della prima ora della storia della Chiesa, san Paolo, san Giovanni, San Pietro, San Giacomo e Maria, la madre di Gesù.

San Paolo infatti, ad esempio è il portatore della dimensione profetica, san Giovanni dell'amore scambievole, san Giacomo della tradizione, san Pietro dell'istituzione, la santa Vergine, della fraternità e dell'accoglienza.

Questa varietà di profili fu riassunta in seguito dal teologo svizzero in due grandi prospettive, quella istituzionale e quella carismatica.

Mentre però la dimensione istituzionale è quella che balza all'occhio, si presenta con la sua consistenza, appare anche agli occhi del mondo, di chi non appartiene alla chiesa, come quasi l'unica realtà che la costituisce, l'aspetto carismatico è più nascosto e in certo senso invisibile allo sguardo esterno.

È a questo punto che il docente milanese di adozione, compie un salto di qualità trasferendo questa

concezione della realtà ecclesiale al mondo economico. Anche in economia, infatti, esiste una dimensione istituzionale, la borsa, la finanza, le grandi imprese, lo Stato, i meccanismi legislativi, alla quale, tuttavia, perché sia realmente umana, si affianca una dimensione carismatica.

Il carisma questo sconosciuto

Quando parliamo di carismi, non possiamo non riferirci ai capitoli 12, 13 e 14 della prima lettera di San Paolo ai Corinzi, che descrivono mirabilmente la realtà dei carismi nella comunità ecclesiale, ripresi ancora recentemente come modello dalla Costituzione Conciliare *Gaudium Et Spes*.

Tradotti in maniera più semplice, forse persino riduttiva, i carismi sono un dono dello spirito, che dà

a chi lo riceve, occhi diversi, per vedere cose che altri non vedono. In altre parole, un carismatico è capace di vedere cose belle, laddove gli altri vedono solo dei problemi. La storia dell'economia - continua Luigino Bruni - è piena di esempi di persone che hanno saputo vedere al di là di ciò che gli altri riuscivano a scorgere. Madre Teresa che chiama i poveri doni, San Francesco, che, abbracciando un lebbroso, incontra Gesù Cristo, don Milani che accoglie come una grazia nella sua parrocchia una famiglia con sei figli portatori di handicap, sono persone di questo tipo.

Il carismatico non è un altruista, ma uno che è capace di lasciarsi attrarre da ciò che di nascosto sta sotto ad un'apparente difficoltà. Per questo non si limita a gestire un problema, ma lo redime, lo supera, lo trasforma in una risorsa. Si potrebbe pensare che sia un appannaggio della Chiesa, visto che si tratta di un termine ecclesiale, che solo la stampa moderna o la pubblicità hanno trasformato in un concetto sbiadito collegato ad un non meglio identificato fascino, ma non è così, perché il carisma è all'opera ben oltre i confini ecclesiali, anche in chi non ne ha neppure coscienza, come se ne fosse un portatore sano. Tuttavia l'economia vive di queste realtà carismatiche, che hanno fatto la sua storia.

Il carisma è un dono che supera la persona che lo ha ricevuto, perché gli è dato per il bene comune e da una sua oggettività, come una vocazione artistica precede le abilità tecniche che ne rendono possibile l'espressione.

Dentro il pacco

Per definire la dimensione carismatica in economia, Luigino Bruni identifica sei caratteristiche specifiche che descrivono il modo in cui si può riconoscere un carisma all'opera.

1 Il movente non è economico

Quando nasce un'opera, un ospedale, una scuola, ma anche un'impresa senza fini strettamente sociali, è una realtà carismatica quando il fondatore non ha di mira né il profitto in senso stretto, né una realtà economicamente ineccepibile, ma uno slancio ideale, uno sguardo che supera l'opera stessa. Quando l'economia è animata da uno sguardo carismatico, proprio perché questo supera l'economia stessa, diviene un valore dal punto di vista economico.

Un esempio sorprendente dell'applicazione di questo pensiero è la nascita delle banche moderne con i Monti di Pietà fondati dai francescani. Nessun movimento nella Chiesa come quello legato a San Francesco aveva eletto la povertà a scelta di vita, ma proprio per questo, fu da questa realtà carismatica che nacquero le prime scuole economiche, con le definizioni che ancora oggi conosciamo di interessi, contratti e tassi. Proprio perché lo sguardo superava le contingenze economiche, potevano servire l'economia. Erano essi a dire: "solo un povero può occuparsi veramente di ricchezza, perché se ne occupa per amore." Quando nasce da un carisma, l'economia, dunque, è eccedente rispetto al fattore economico.

2 L'economia carismatica è identitaria

Il carisma si trasmette per osmosi, non con l'apprendimento di tecniche del management, ma attraverso il passaggio di una cultura, di una passione. Per questo, sostiene Luigino Bruni, gli imprenditori carismatici non si formano nelle scuole universitarie, ma educando i nostri ragazzi, a otto o 10 anni, alla cultura della gratuità, alla gioia del dono. Poi, come si diceva prima per gli artisti, le tecniche sono necessarie per esprimere appieno

la vocazione ricevuta.

Uno dei problemi più seri degli ordini religiosi e delle loro opere, riguarda la continuità di quelle realtà nate da un'esperienza carismatica. Ma questo accade perché spesso si tenta di risolvere il problema affidando queste opere a dei tecnici, a chi cioè non è cresciuto accanto al carisma fondativo. Il carisma è legato sempre ad una storia, a delle persone, non è mai anonimo, né impersonale. Tuttavia, il fatto che un'opera è legata ad un carisma con un'identità precisa, non ha nulla a che fare con il suo valore universale. Identità e universalità infatti, non sono in contrapposizione.

3 Un'opera carismatica è bella

La bellezza è una dimensione tipica della realtà carismatica. Questo perché al centro di un'impresa, di un ospedale, di una scuola, ci sono le persone e la loro dignità. Quando incontro una realtà economica nata da un'esperienza carismatica, afferma Luigino Bruni, la prima cosa che mi colpisce è la bellezza, prima ancora della sua efficienza.

4 Povertà e miseria

Dopo Gesù Cristo, bisogna stare molto attenti a parlare di povertà sempre in termini di problema o di maledizione. La povertà, per un carismatico, può diventare via ad un bene più grande, liberazione dalle merci, in favore delle persone, delle relazioni. Ciò non significa che gli stati non debbono combattere la miseria o le disuguaglianze sociali, perché questo è il loro compito istituzionale, ma in questo caso carisma e istituzione sono in una relazione dinamica e non dialettica.

5 Gratuità

Un elemento costitutivo dell'economia carismatica è la gratuità. Del resto carisma e gratuità hanno

la stessa radice semantica seppure in due lingue diverse. La gratuità non va confusa con gratis, cioè a prezzo zero, anzi, ciò che è gratuito ha un prezzo infinito, il cui corrispettivo può essere solo un dono. L'errore che oggi si fa, ad esempio, nel volontariato, sta nel pensare che il rimborso spese, che posso offrire a un volontario, sia il prezzo del suo impegno. Analogamente si creano dei tariffari per le prestazioni dei ragazzi, distruggendo in questo modo la loro esperienza di gratuità. Se il denaro diventa un dono, può rafforzare la motivazione, se è un prezzo, la distrugge. La gratuità corrisponde alla vocazione, in un certo senso, non può essere compresa se non nella propria esperienza. Non ha nulla a che fare con l'altruismo, o meglio, questo è solo una conseguenza di un'attitudine gratuita, il riflesso della comprensione che noi stessi siamo nati da un atto di gratuità, che non apprezzo, cioè, ha un valore infinito.

6 Reciprocità

Noi siamo abituati a pensare la reciprocità come uno scambio di doni. Ci è maestro in proposito Benedetto XVI, che nella sua prima enciclica parla di tre forme d'amore, l'eros, la filia e l'agape.

Solitamente, specie in ambito cristiano, si pensa che vi sia un'opposizione fra dono e contratto, fra libertà gratuita e l'impegno di un patto.

L'esperienza del microcredito, attuata da Yunus o dai francescani nel medioevo, ci insegna che le persone si liberano dalla miseria attraverso i contratti, molto più che per mezzo di regali.

Quando in una comunità si disprezzano i contratti, si producono conflitti. I fondatori lo sanno bene, che senza una regola, un'opera carismatica muore.

Il contratto nella sua essenza, ha



► San Francesco d'Assisi Cimabue affresco
San Francesco Basilica inferiore Assisi

molte analogie con l'eros. Per Platone l'eros ha due genitori, la povertà e la persuasione. Il contratto nasce da due povertà che si incontrano e si convincono di essere reciprocamente convenienti. Così come contrapporre l'eros e agape è fonte di patologia nelle relazioni umane, allo stesso modo porre il contratto al dono, ammala le relazioni economiche. Un mondo senza doni è insostenibile, ma senza contratti è invivibile.

Attualizzazione

Nella società contemporanea si sono separate le dimensioni dell'amore, escludendo il dono della gratuità, agape, relegando la filia al sociale, alle cooperative, per concentrare l'economia solo sull'eros, cioè sui desideri, sulle passioni, soddisfatti esclusivamente attraverso il contratto.

La crisi finanziaria attuale ci dà un segnale importante in questo senso, perché manifesta la insufficienza di una economia solamente contrattuale, di cui una testimonianza evidente non è solo il collasso economico, ma il malessere e l'infelicità che attraversano le persone che in questo ambito lavorano, quasi avvertissero questa mancanza di gratuità. Allo stesso modo, però, questa crisi mette in luce il valore di scelte che vanno nella direzione opposta. Chi ha fatto investimenti etici cinque anni fa, oggi può riconoscere anche il loro valore strettamente economico, tanto è vero che, ad esempio, la Banca etica italiana, in questo momento di crollo degli imperi economici ha dovuto emettere nuove obbligazioni per rispondere ad una domanda crescente. Questo è dunque il momento in cui, conclude Luigino Bruni, possiamo affermare con forza che un'altra economia è possibile. Un'economia basata sulla gratuità, sulla reciprocità, sui rapporti umani, non è solo eticamente valida, ma anche economicamente conveniente. ■