

2. BENI RELAZIONALI

Qualcosa di essenziale

DI LUIGINO BRUNI



«Con bene relazionale oggi si intendono molte cose. Qualcuno chiama beni relazionali quei servizi alla persona il cui valore dipende principalmente dalla qualità della relazione che si instaura tra le persone coinvolte.»

Che i **beni e i mali più importanti sono le nostre relazioni** interpersonali, **la sapienza popolare lo ha sempre saputo**. I miti, la letteratura, le storie e le tradizioni non fanno altro che dircelo da millenni, raccontandoci di ricchezze divenute grandi mali a causa di rapporti sbagliati, e di povertà materiali dove il poco si moltiplica perché condiviso nella comunione.

Da qualche decennio stanno iniziando ad accorgersene anche gli scienziati sociali e perfino alcuni economisti (il primo è stato **Benedetto Gui**, nel 1986), che usano l'espressione *'beni relazionali'* per indicare quel tipo di **beni dove è la relazione tra le persone a costituire il bene**.

Con **bene relazionale** oggi si intendono molte cose. Qualcuno chiama beni relazionali quei servizi alla persona il cui valore dipende principalmente dalla qualità della relazione che si instaura tra le persone coinvolte. Il **benessere** di una serata in pizzeria con amici dipende certamente dalla qualità e dal prezzo della pizza, della birra e del locale, ma soprattutto (l'80-90%?) deriva dalla **qualità delle relazioni** che abbiamo generato assieme – tanto che se scoppia un banale litigio, alla fine della serata ci resterà ben poco *"benessere"*, anche se le pizze erano squisite. La soddisfazione (o insoddisfazione) che traiamo dall'assistenza, dalla cura, ma anche dalle visite mediche, dalla scuola, dipende molto dalla qualità di quelle relazioni e incontri umani. Un *'molto'* che diventa praticamente tutto, quando abbiamo a che fare con bambini, con lunghe degenze in ospedale, con i rapporti con nostri genitori anziani e vecchi. **Nei beni relazionali un ruolo tutto speciale lo hanno le motivazioni e le intenzioni delle persone** che *'producono'* e, simultaneamente, *'consumano'* questi beni. Il **'perché'** è decisivo. Se, per un esempio, il consulente o l'assicuratore mi chiede dei miei bambini e della mia famiglia *'perché'* sa che creare questo clima familiare rende il contratto più semplice (e per lui più conveniente), e questa motivazione mi si palesa, quel dialogo pre-

commerciale non genera alcun bene relazionale (probabilmente un *'male relazionale'*).

Il bene relazionale, infatti, è **un bene di grande valore**, che resta tale **finché non cerchiamo** di assegnargli un prezzo, **di trasformarlo in merce e metterlo in vendita. Muore se perde** il principio attivo della **gratuità**. I beni relazionali **orientano** e condizionano **le nostre scelte**, dalle più piccole e quotidiane a quelle grandi e decisive.

Basterebbe pensare, ogni tanto, a **quanto pesano i beni** (e i mali) relazionali nella qualità del nostro lavoro, per il nostro restare in un'impresa, o per il nostro partire. Andiamo ad abitare in un altro quartiere e ogni tanto torniamo a fare colazione nel vecchio bar, perché insieme al cornetto e al cappuccino *"consumiamo"* anche quei beni fatti di incontri, battute, persino di sfottò calcistici con gli amici. Senza prendere in considerazione il bisogno di questo tipo di nutrimento, non capiremmo, tra l'altro, perché tanti anziani e anziane escono di casa più volte al giorno per acquistare prima il pane, poi la verdura e infine il latte: insieme a questi prodotti *'consumano'* beni relazionali, e si nutrono di essi. Se togliamo la domanda e il bisogno di beni relazionali dall'orizzonte della politica, perché prima uscito da quello dei suoi tecnici e consulenti, non riusciamo a capire ed ad amare le nostre città, le loro vere povertà e le loro ricchezze, a comprendere i veri costi e i veri ricavi della chiusura, ad esempio, dei piccoli negozi delle città.

Questi beni relazionali non esauriscono, però, la natura relazionale dei beni. **Ogni bene**, non solo quelli che oggi chiamiamo relazionali, **porta inscritta in sé l'impronta delle persone e delle relazioni umane che l'hanno generato**. Il peso, la forma e la visibilità di questa impronta variano da bene a bene, ma non scompaiono mai del tutto, se vogliamo e sappiamo vederli. Guardati da questo punto di osservazione, tutti i beni diventano beni relazionali. Lo capiamo se **pensiamo ai prodotti artigiani**. Nella cultura artigiana – ancora ben viva, mai interamente soppiantata da quella industriale - un violino, un mobile, un'arcata erano riconoscibili ben prima di leggere la firma del suo autore (che spesso mancava, anche perché non necessaria). Dall'oggetto si risaliva facilmente al soggetto, dalla creatura al *'creatore'*. Ma dove l'impronta personale è visibilissima, al punto di non riuscire più a distinguere l'autore dall'opera, è nella creazione artistica. Un artista non *'aliena'* mai completamente una sua opera nel venderla, perché in quella scultura è contenuto un pezzo della sua vita, del suo amore, del suo dolore, e lo è per sempre.

Nella nostra società di mercato, dopo qualche decennio dominato da prodotti di massa anonimi e spersonalizzati, **c'è oggi una forte e crescente tendenza a ri-personalizzare i beni**. Si vuole fare emergere quei *"rapporti tra persone, celati nel guscio di un rapporto tra cose"* (Marx, Il Capitale). Nei mercati, sugli scaffali, nel web, vediamo merci e servizi, ma al di sotto di essi, ci sono, invisibili ma realissimi, rapporti di lavoro, di produzione, relazioni di potere, amore e dolore umani. Dobbiamo allenare la vista e aguzzare l'udito, e riusciremo ad udire voci e a vedere tanti volti non solo dietro i banconi della frutta o alla cassa di un negozio, ma anche dietro a frigoriferi, scarpe, vestiti, computer, perché ci sono realmente. Un caffè consumato in un bar de-slottizzato, magari sorseggiato in compagnia di amici, non è lo stesso caffè che bevevo qualche tempo fa nel bar della strada accanto, anche se era fatto con la stessa miscela e con la stessa macchina. Ha un sapore molto diverso, **ma occorrono ghiandole spirituali e civili per gustare questa differenza**, ghiandole che si stanno atrofizzando.

Dovremmo **imparare a chiedere sempre di più ai nostri beni** (e mali), interrogarli, dialogare con loro. Non ci basta più, non deve bastarci più, che ci parlino di qualità merceologiche e di prezzi. **Vogliamo che ci raccontino anche storie di persone e di ambiente**, che ci parlino di giustizia, di rispetto, di diritti, che ci svelino ciò che è invisibile agli occhi ma che per molti di noi sta diventando l'essenziale. Qualcosa di questo invisibile ce lo dicono ormai le etichette apposte nelle confezioni, e i marchi di qualità. Ma è troppo poco, perché **nei beni ci sono ancora molte storie importanti e decisive che non conosciamo**. Quelle etichette non ci dicono, o ce lo dicono ancora troppo poco, se i salari pagati ai lavoratori del cacao e dei blue jeans sono equi, né dove si trova la sede fiscale dell'impresa; ci tacciono se alle donne e mamme è reso possibile lavorare bene, non ci dicono dove finiscono i profitti, né quante e quali azioni di altre aziende si trovano nel portafoglio dell'impresa che mi vende quel prodotto. **Le filiere etiche dei prodotti sono ancora troppo corte**, terribilmente troppo corte, e si fermano dove cominciano le cose che contano e che conteranno sempre di più per la democrazia.

La nostra cultura capitalistica ci sta portando ad attribuire una crescente importanza alle calorie, ai sali e agli zuccheri. Ma non possiamo e non dobbiamo dimenticare che **esistono calorie sociali, sali di giustizia, e altri zuccheri in eccesso che creano infarti, obesità e diabete civili e morali**.

I beni sono simboli, e come tutti i simboli con la loro presenza-assenza ci indicano qualcosa o qualcuno presente e vivo altrove. Qualcuno e qualcosa che possiamo ignorare, far finta che non esistano, negarli, dimenticarli. Ma non cessano di essere vivi e reali. E continuano a parlarci, a raccontarci storie, ad attenderci.