L’economia del benessere e l’economia della felicità

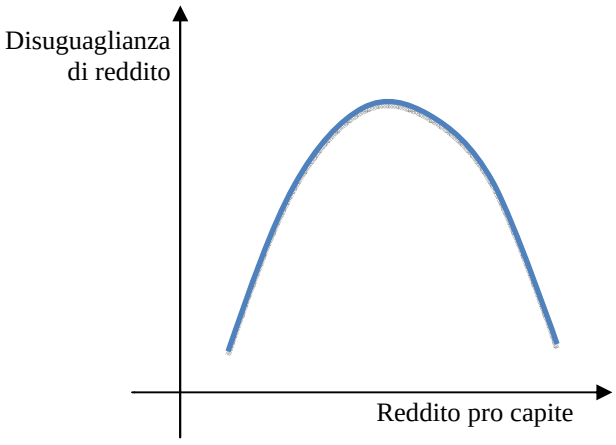
di Viviana Di Giovinazzo

Benessere sociale e benessere economico sono due concetti che gli economisti hanno incominciato a tenere ben distinti sin dai tempi di Arthur C. Pigou (*The Economics of Welfare*, 1920). Ciò nondimeno, l’idea che ogni variazione del benessere economico corrisponda a una variazione analoga del benessere sociale, se non dello stesso importo, quantomeno dello stesso segno, non è mai stata completamente abbandonata. I teorici dello sviluppo hanno seguitato a sostenere che incrementi nel benessere economico (aumento della produzione nazionale, progresso tecnologico) fossero pur sempre decisivi per il benessere sociale.
La **relazione paradossale tra consumi e soddisfazione** posta in luce da una serie di studi compiuti nel campo dell’economia del benessere a partire dagli anni Settanta offre un’interpretazione originale (e alternativa rispetto a quella classica) di quali dinamiche leghino crescita economica, benessere e soddisfazione del consumatore.

La parabola di Kuznetz. Ascesa e declino di un mito

Per tradizione, gli economisti hanno sempre inquadrato la questione del benessere all’interno del più ampio tema della crescita.
A partire dagli anni Cinquanta e per molti anni a seguire, le decisioni di politica economica interna in materia di crescita e sviluppo furono in gran parte ispirate dalla teoria dell’economista bielorusso **Simon Kuznetz** (*Toward a Theory of Economic Growth*, 1955), secondo il quale la crescita economica era necessaria per ridurre le diseguaglianze del reddito all’interno di una società.
Attraverso la sua **curva a U rovesciata**, Kuznetz teorizzò che le disuguaglianze di reddito in una società, sebbene fisiologiche nella fase iniziale della crescita per la necessità di realizzare investimenti in infrastrutture e in beni capitali, si sarebbero assottigliate con il trascorrere del tempo. L’aumento dell’occupazione e della produttività, infatti, avrebbe comportato un aumento dei salari e una distribuzione più eguale del reddito.

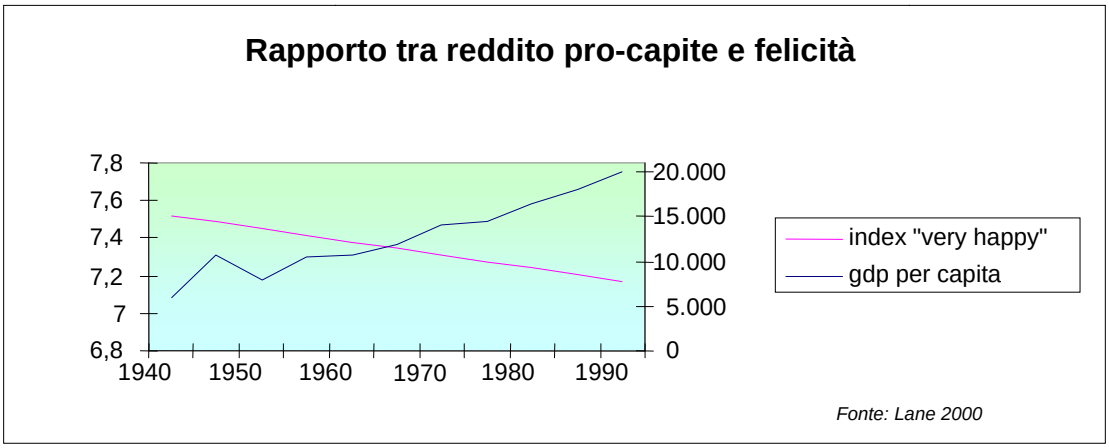
Curva di Kuznetz



Benché Kuznetz avesse immediatamente ammesso l'impossibilità di una teoria della crescita puramente economica per la difficoltà di endogenizzare ciò che gli economisti considerano come un dato (tecnologia, popolazione, gusti e istituzioni), le classi politiche individuarono nella relazione da questi individuata la premessa per porre il Pil quale criterio appropriato e di per sé esaustivo per misurare il livello del benessere di una società.
Nel 1971, Kuznetz vinse il premio Nobel per l'economia «per la sua interpretazione, empiricamente fondata, della crescita economica, che ha portato ad una nuova e più approfondita analisi della struttura sociale ed economica e del suo processo di sviluppo.
Le più recenti indagini statistiche, tuttavia, hanno disatteso quanto affermato da Kuznetz: la crescita economica aumenta oggettivamente le disuguaglianze di reddito.
Singapore, Stati Uniti, Portogallo, Regno Unito, Australia, Nuova Zelanda, Israele e Italia sono tra le società ad economia avanzata caratterizzate dal più elevato livello di disuguaglianza di redditi. In tali società il 20% più ricco della popolazione percepisce un reddito 9 volte superiore al 20% più povero.[1]

L'economia della felicità

Il fallimento della teoria di Kuznetz sulla relazione tra crescita economica e disuguaglianze di reddito ha messo in discussione anche la proprietà della teoria da essa derivata, che legava crescita economica e benessere individuale. Le rilevazioni econometriche compiute negli Stati Uniti dall'economista e demografo **Richard Easterlin** su una serie storica di dati raccolti dal 1946 al 1970, hanno mostrato che, nonostante la forte crescita economica del Paese, il livello medio di soddisfazione della popolazione americana per il proprio stile di vita diminuiva con l'aumentare del reddito pro capite (c.d. **paradosso di Easterlin**)[2].



[1] *United Nations Development Program*, *Human Development Report*, 2006. I dati si riferiscono ai redditi dei nuclei familiari al netto di imposte e trasferimenti, corretti per il numero dei membri del nucleo stesso. Diverse ricerche, inoltre, mostrano che un aumento generalizzato della disuguaglianza e della povertà relativa, sia all'interno dei Paesi industrializzati, sia nelle società in via di sviluppo, non è attribuibile direttamente alla crescita bensì, in misura prevalente, a fenomeni socio-economici e politici.
[2] I dati di Easterlin mostrano che la soddisfazione della popolazione americana per il proprio stile di vita incomincia a subire un declino proprio a partire dagli anni Sessanta, ovvero gli anni del boom economico del Paese.

Il grafico mostra come negli USA, nel periodo 1946-1990, l'indice che misura le risposte *very happy* (molto felice) è diminuito dal 7,5% al 7%, mentre il reddito pro capite è significativamente aumentato (da $6.000 a $20.000).
In *Does Economic Growth Improve the Humans Lot?* (1974), Easterlin spiega tale fenomeno attraverso la **tesi del reddito relativo**: il livello di soddisfazione non sembra essere connesso tanto al reddito assoluto, quanto a quello relativo, cioè alla differenza esistente tra il livello di reddito di un individuo e quello medio percepito dal gruppo di riferimento. Ciò che più conta per le persone è, dunque, stare al passo con il tenore di vita del proprio vicino, *the street creed*, nell'accezione americana.
Le indagini effettuate da Easterlin hanno inaugurato un filone di ricerca destinato ad acquistare credito e riconoscimento nel campo dell'economia del benessere, con l'appellativo di ***Economics of Happiness*** (economia della felicità)[3]. Tali studi hanno mostrato, sia attraverso rilevazioni econometriche sia attraverso indagini con questionario, che il benessere economico non implica necessariamente il benessere individuale, né quello sociale.
Questi stessi studi, inoltre, hanno messo in luce che, in determinate circostanze, il benessere economico può persino arrivare a sortire un effetto negativo sul benessere individuale. È stato, infatti, dimostrato che l'aumento del reddito, in genere, causa un aumento correlato delle aspirazioni, tale da vanificare circa il 70% dell'aumento del benessere determinato dal reddito. Questo trend è presente in tutte le società a economia avanzata (van Praag e Frijters 1999; Frey e Stutzer 2002).
Se, dunque, come mostrano i dati, da una parte la crescita economica non assottiglia le disuguaglianze di reddito, bensì le rende più consistenti, e d'altra parte la felicità delle persone è connessa a livelli di reddito non assoluti, bensì relativi, la conclusione paradossale cui si pervenire è che quanto più una società è ricca, tanto più questa vede aumentare le diseguaglianze al suo interno e, di conseguenza, anche l'infelicità dei propri membri.
Gli psicologi (a partire da Brickman e Campbell 1971) spiegano la dinamica intercorrente tra reddito, aspirazioni e soddisfazione attraverso la metafora del *treadmill*, o tappeto rullante. In palestra, come nella vita, esercitiamo energie sempre maggiori per cercare di migliorare la nostra performance (percepire un reddito più elevato, ostentare un tenore di vita più cospicuo dei nostri vicini); poiché, tuttavia, il tappeto rullante che scorre sotto i nostri piedi (le aspirazioni) si muove alla nostra stessa velocità, in realtà restiamo fermi (il livello di soddisfazione rimane invariato).

L'insoddisfazione del consumatore nell'economia del benessere

I criteri di valutazione soggettivi (il benessere percepito) in luogo di quelli oggettivi (il Pil) sono oggetto di studio privilegiato dell'economista ungherese naturalizzato americano **Tibor Scitovsky**.
A differenza di Easterlin, che muove dall'ottica del reddito, Scitovsky studia la relazione tra benessere e soddisfazione attraverso la prospettiva del consumo.
Nella sua opera *The Joyless Economy* (1976), Scitovsky è stato tra i primi a sostenere che la soddisfazione del consumatore non dipende tanto da un livello assoluto di consumo, né, tantomeno, dal possesso materiale di un determinato numero di beni, ma piuttosto dalla soddisfazione di una serie di bisogni di natura psico-sociologia che

[3] Per una rassegna, cfr. Bruni e Porta (2007).

l'economista ritiene essere trascurati dalla teoria economica tradizionale del comportamento del consumatore.
Scitovsky muove dalla distinzione tra **beni di comfort**, che rimuovono essenzialmente un disagio (fame, freddo, necessità di protezione e di appartenenza a un gruppo) e **beni di creatività**, ovvero quei beni e quelle attività non strumentali, ma volti a realizzare le motivazioni intrinseche individuali, come imparare un'arte oppure uno sport a livello dilettantistico. Tra i beni di creatività l'economista include anche i **beni relazionali**, ovvero quei beni che soddisfano il bisogno di socialità, secondo Scitovsky tanto innato nell'essere umano quanto il bisogno di nutrirsi.
Secondo Scitovsky, l'insoddisfazione del consumatore è causata essenzialmente da un eccesso nel consumo di beni di comfort e da una carenza nel consumo di beni creativi. Ciò avviene per due cause concorrenti. In primo luogo, i beni creativi sono più costosi in termini di tempo ed energie psicofisiche investite per trarre soddisfazione dal loro consumo (una buona padronanza di una lingua straniera richiede di seguire con costanza il relativo corso e un esercizio continuo della stessa). In secondo luogo, il consumo eccessivo di beni di comfort innesca un circuito vizioso che riconduce ad una nota legge psicofisiologica (Wundt 1874), in base alla quale qualsiasi stimolo piacevole esterno (ambientale) o strumentale (non prodotto delle motivazioni intrinseche) riduce il piacere associato a ulteriori stimoli dello stesso, per cui è richiesto un aumento nella quantità o nella qualità perché la sua esperienza edonica resti costante. Tale fenomeno è stato in seguito rubricato dalla letteratura in tema di economia della gelicità come *treadmill* edonico.
Secondo Scitovsky, inoltre, la condizione del consumatore viene aggravata dalla circostanza che le persone fanno un uso posizionale (cioè volto alla legittimazione di uno status) non solo dei beni di comfort (per esempio, ostento il possesso di un'auto di lusso), ma anche dei beni di creatività (per esempio, mi iscrivo a un corso di vela perché è diventato di moda, anche se in realtà mi piace la montagna), neutralizzando in tal modo gli effetti positivi di questi ultimi sul benessere percepito.
La pressione sociale provocata dalla rincorsa posizionale, aggiunge Scitovsky, grava sul comportamento degli individui in modo così incisivo da comportare un radicale cambiamento, non solo delle abitudini di spesa, ma anche delle abitudini di consumo del tempo. I questionari di autovalutazione e i dati forniti dalle agenzie statistiche sul comportamento del consumatore (americano) collezionati su ispirazione di quanto posto in luce da Scitovsky in *The Joyless Economy* indicano, infatti, che la società del benessere si sta ammalando di "cronofagia" (letteralmente *divorare il tempo*): porzioni di tempo sempre più cospicue vanno a sottrarsi a quello fisiologicamente richiesto per la coltivazione delle attività culturali, ricreative e relazionali, lasciandone insoddisfatti i relativi bisogni.
Anche gli studi econometrici confermano quanto rilevato da Scitovsky. Gli economisti hanno individuato la presenza di una correlazione significativa tra la diminuzione del tempo dedicato alla coltivazione dei rapporti amicali e familiari e il livello di benessere percepito. La connessione tra l'insoddisfazione del consumatore nell'economia del benessere e la sottoproduzione e il sottoconsumo dei beni relazionali è posta chiaramente in luce dalla più recente letteratura nel campo dell'economia della felicità (Layard 2005; Gui e Sugden 2005; Bruni e Stanca 2008).
L'accelerazione sociale, prodotto collaterale della competizione posizionale, è anche un potente fattore di divisione sociale che non sta solo erodendo il tempo riservato alle attività ricreative e relazionali, ma ne sta intaccando anche la qualità intrinseca. Se, infatti, nella gara posizionale il prossimo è concorrente, poco spazio rimane alle

relazioni amicali. Gli studi effettuati sulle cosiddette *malattie del benessere* confermano sostanzialmente quanto esposto da Scitovsky, riconducendo alla competizione posizionale fenomeni di ansia, depressione e disturbi alimentari (Klerman 1988; Blanchflower e Oswald 2004). Questi disturbi, per altro, sembrano non risparmiare bambini e giovani adulti.

Le ricerche condotte sul rapporto tra fiducia nel prossimo e disuguaglianza dei redditi mostrano, inoltre, che dove le differenziali di reddito sono più elevate il livello di fiducia della popolazione tende a essere più basso.[4] Se, come detto, le indagini indicano che una volta raggiunti determinati livelli di reddito pro capite (pari all'incirca a 25.000 $ su stime statunitensi; Oswald 1997; Layard 2005), ulteriori aumenti di reddito sono ininfluenti sullo stato di benessere percepito,[5] esse mostrano anche che gli individui sono affetti da un sentimento di invidia talmente radicato per il proprio vicino da preferire rinunciare a un guadagno sicuro pur di evitare che questi si trovi ad avere più di loro (Pelligra e Stanca 2010).

Bibliografia ragionata

Blanchflower, D.G. and Oswald, A.J. (2004), "Well-being over time in Britain and the US", *Journal of Public Economics*, Vol. 88, No. 7-8, pp. 1359-1386

Bruni, L. and Porta, P.L. (2007). *Handbook on the Economics of Happiness*. Cheltenham, UK: Edward Elgar

Bruni, L. and Stanca, L. (2008), "Watching alone: relational Goods, Television and happiness", *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 65, No. 3-4, pp. 506-528

Easterlin, R. (1974), "Does Economic Growth improve Humans Lot? Some empirical evidence", in *Nation and Households in economic growth: Essays in honor of Moses Abramowitz*, a cura di P.A. Davis e M.W. Reder, Academic Press, New York e London

Frey, B. and Stutzer, A. (2002). *Happiness and Economics: How the Economy and Institutions Affect Well-being*. Princeton, NY: PUP

Gui, B. and Sugden, R. (eds) (2005). *Economics and Social Interaction: Accounting for Interpersonal Relations.* Cambridge: Cambridge University Press

Kuznets, S. (1955), "Toward a Theory of Economic Growth". In R. Lekachman (ed), *National Policy for Economic Welfare at Home and Abroad*, Garden City, N.Y.: Doubleday

Lane, R.E. (2000), *The Loss of Happiness in Market Democracies*. New Haven and London: YUP

Layard, R. (2005). *Happiness*: Lessons from a New Science. NY: Penguin Press

Oswald, A.J. (1997), "Happiness and economic performance", *The Economic Journal*, Vol. 107, pp. 1815-1831

Pelligra, V. and Stanca, L. "To Give or Not To Give? Equity, Efficiency and Altruistic Behavior in a Survey-Based Experiment" *Univ. of Milan-Bicocca, Department of Economics, working paper series*, No. 202, December 2010

Pigou, A.C. (1920). *The Economics of Welfare*. London: Macmillan

Scitovsky, T. (1992) [1976], *The Joyless Economy: The Psychology of Human Satisfaction*. Oxford Univ. Press, Oxford – First published in 1976 as *The joyless economy: An inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction*

van Praag, B.M.S. and Frijters, P. (1999), "The measurement of welfare and well-being; the Leyden approach", in Kahneman, D., Diener, E., Schwarz, N. (Eds), Well-being: the foundations of hedonic psychology, New York: Russel Sage Foundation, pp. 413-432

[4] In ciascun Paese, a un campione di individui scelto in modo casuale è stata proposta la seguente affermazione: «La maggior parte delle persone merita fiducia». I livelli di fiducia più elevati sono stati registrati nei Paesi scandinavi e nei Paesi Bassi. *European Values Study Group and World Values Survey Association, European and World Values Survey Integrated in Data File, 1999-2001*, Release 1, Inter-university Consortium for Political and Social Research, 2005.

[5] Layard (2005) ha messo in luce che reddito e felicità sono variabili tra loro indipendenti: quanto più ricco un Paese diventa, tanto meno il reddito pro capite contribuisce ad aumentare la felicità della popolazione.