

L'Economia della Felicità

di Jeffrey Sachs

NEW YORK – Viviamo in un'epoca di grande ansietà. Nonostante la ricchezza totale della terra abbia raggiunto livelli mai visti prima, c'è una generale insicurezza, agitazione, insoddisfazione. Negli Stati Uniti, una gran parte degli americani crede che il paese sia sulla strada sbagliata. Il pessimismo è alle stelle e lo stesso vale per tanti altri posti.

In un simile contesto, è arrivato il tempo di riconsiderare quali siano le fonti basilari di felicità nella nostra vita economica. La ricerca sfrenata di guadagni sempre più elevati sta portando a livelli di disuguaglianza e ansietà mai visti prima piuttosto che rendere le persone più felici o più soddisfatte della propria vita. Il progresso economico è importante e può migliorare la qualità della vita sostanzialmente, ma unicamente se è perseguito insieme ad altri obiettivi.

A questo riguardo, il regno del Buthan nella catena himalayana è un precursore. Quarant'anni fa, il quarto re del Buthan, giovane ed appena asceso al trono, ha fatto una scelta rimarcabile: il Buthan deve perseguire la felicità nazionale lorda invece del Prodotto Nazionale Lordo. Da allora il paese sta sperimentando un approccio alternativo, olistico allo sviluppo che enfatizza non solamente la crescita economica ma anche la cultura, la salute mentale, la compassione e la comunità.

Decine di esperti si sono recentemente riuniti nella capitale del Buthan, Thimphu, per fare tesoro dell'esperienza del paese. Io sono stato ospite di questa iniziativa insieme al primo ministro del Buthan, esperto di sviluppo sostenibile e paladino del concetto di Felicità Nazionale Lorda. Ci siamo visti sulla scia di una dichiarazione fatta a luglio dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite che invitava i paesi ad esaminare come le politiche nazionali potessero promuovere la felicità nelle proprie società.

Tutti coloro ritrovatisi a Thimphu hanno concordato sull'importanza di perseguire la felicità invece del prodotto nazionale. Ci siamo posti il problema di come raggiungere la felicità in un mondo caratterizzato da una rapida urbanizzazione, mass media, capitalismo globale e degrado ambientale. Come la nostra vita economica può essere riorganizzata in maniera tale da ricreare un senso di comunità, di fiducia e sostenibilità ambientale?

Qui ci sono alcune delle conclusioni provvisorie. Primo, non dovremmo denigrare il valore del progresso economico. Quando gli esseri umani hanno fame, sono private dei loro bisogni fondamentali come l'acqua potabile, l'assistenza sanitaria e l'educazione, senza un lavoro che aiuti a sostentarsi, inevitabilmente soffrono. Lo sviluppo economico che allevia la povertà è un passo vitale verso la felicità.

Secondo, il perseguimento accanito del PNL al punto da escludere qualsiasi altro obiettivo è anch'esso un percorso che preclude il raggiungimento della felicità. Negli Stati Uniti il PNL è aumentato considerabilmente negli ultimi 40 anni, ma altrettanto no ha fatto la felicità. Invece, inseguire ottusamente il PNL ha portato a grandi disuguaglianze di ricchezza e di potere, alimentato l'espansione degli strati più bassi della società, intrappolato milioni di bambini in condizioni di povertà e causato un serio degrado ambientale.

Terzo, la felicità si raggiunge attraverso un approccio equilibrato alla vita sia da parte degli individui che delle società. In quanto individui, siamo infelici se ci vengono negati i nostri bisogni materiali primari, ma siamo anche infelici se nelle nostre priorità la ricerca di livelli di reddito sempre più alti prende il posto della famiglia, degli amici, della comunità, della compassione e dell'equilibrio interiore. Come società, una cosa è organizzare politiche economiche per mantenere costante il miglioramento degli standard di vita, un'altra è di subordinare tutti i valori della società in questione al raggiungimento del profitto.

Tuttavia la politica americana sta permettendo sempre di più agli interessi aziendali di dominare tutte le altre aspirazioni: onestà, fiducia, salute mentale e fisica, e sostenibilità ambientale. I contributi delle imprese alle campagne elettorali stanno minando il processo democratico, con il benessere della Corte Suprema americana.

Quarto, il capitalismo globale presenta molte minacce dirette alla felicità. Sta distruggendo l'ambiente naturale attraverso i cambiamenti climatici e altri tipi di inquinamento, mentre uno sfrenato afflusso di propaganda da parte dell'industria petrolifera riesce a mantenere molte persone all'oscuro di tutto ciò. Sta indebolendo la fiducia sociale e la stabilità mentale, con la diffusione della depressione clinica apparentemente in aumento. I mass media sono

diventati canale di sbocco dei messaggi aziendali, molti dei quali sono apertamente anti-scientifici, e gli americani soffrono di una gamma crescente di dipendenze da consumo.

Si consideri come l'industria dei fast food usa oli, grassi, zucchero ed altri additivi alimentari per creare dipendenze malate al cibo che contribuisce all'obesità. Un terzo di tutti gli americani sono in questo momento obesi. Il resto del mondo finirà allo stesso modo a meno che i paesi pongano restrizioni alle pratiche aziendali pericolose, inclusa la pubblicità, rivolta ai bambini, di cibi dannosi alla salute e che creano dipendenza.

Il problema non è solamente il cibo. La pubblicità di massa contribuisce a generare molte altre dipendenze che implicano pesanti costi per la sanità pubblica, inclusi l'eccessiva esposizione televisiva, il gioco d'azzardo, l'uso di droghe, il consumo di sigarette, e l'alcolismo.

Quinto, per promuovere la felicità, dovremmo identificare i numerosi fattori diversi dal PNL in grado di elevare o comprimere il benessere sociale. La maggior parte dei paesi investe per misurare il PNL, ma spende poco per mettere a fuoco le cause della salute a rischio (come i fast food e il guardare in modo eccessivo la televisione), del declino della fiducia sociale, e del degrado ambientale. Una volta compresi questi fattori, si può agire.

L'inseguimento folle dei profitti aziendali minaccia tutti noi. Per essere al sicuro, dovremmo supportare la crescita economica e lo sviluppo, ma soltanto in un contesto più ampio: quello che promuove la sostenibilità ambientale e i valori della compassione e dell'onestà che la fiducia sociale richiede. La ricerca della felicità non dovrebbe essere confinata nel bel regno montuoso del Buthan.

Jeffrey D. Sachs è Professore di Economia e Direttore dell'Earth Institute presso la Columbia University. Inoltre è Consulente Particolare del segretario Generale delle Nazioni Unite riguardo agli Obiettivi di Sviluppo per il Millennio. Copyright: Project Syndicate, 2011. www.project-syndicate.org Tradotto dall'inglese da Roberta Ziparo

[Redazione Online](#) | [Tutti i servizi](#) | [I più cercati](#) | [Pubblicità](#)

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

partners **e****Economista**