

La felicità come paradigma emergente

Prof. Romano Toppan

L'attualità dell'inizio del 2007 pone all'attenzione il tema della felicità in due modi molto diversi tra di loro, ma egualmente significativi:

- The Economist, la rivista più autorevole del mondo economico anglosassone, dedica il primo numero di quest'anno con un editoriale dell'intera redazione e un articolo molto approfondito al rapporto tra Felicità ed Economia (Happiness and Economics)¹;
- Hollywood, il distretto più famoso al mondo della "economia delle emozioni" ed estremamente sensibile nel registrare i cambiamenti di gusti e di tendenze del pubblico, ha offerto il film "The pursuit of happiness", di Gabriele Muccino e dell'attore Will Smith.
- Qualche mese fa, è apparsa la notizia (abbastanza curiosa e sorprendente) che ad Harvard, l'Università ovunque indicata come il tempio più elitario del management capitalistico e delle corporations multinazionali, l'insegnamento più gettonato da sempre ("Fondamenti di Economia") è stato per la prima volta battuto per numero di studenti partecipanti dal corso sulla felicità, tenuto da un "lettore" esterno di 35 anni, Tal Ben-Shahar, docente israeliano a contratto.

Tutto questo (e molto altro ancora) è un segno di un cambiamento di rotta: cresce l'interesse per un tipo di approccio al rapporto tra ricchezza economica e qualità della vita più approfondito e meno stereotipato di quanto i modelli di sviluppo del capitalismo perseguono da oltre duecento anni.

In altri termini: al PIL si cerca sempre più di preferire il cosiddetto FIL (Felicità Interna Lorda)².

Dal 1972 un piccolo paese asiatico, il Buthan, ha stabilito per decreto reale che la misurazione della ricchezza del paese venisse effettuata sulla base del FIL, e non più del PIL.

Ed è proprio a Thimphu, capitale del Buthan, che nel febbraio 2004 trecento tra accademici, giornalisti e studenti si sono riuniti per mettere a fuoco questa svolta e proporre un piano di comunicazione per diffonderne il "concept".

Su questa base scientifica ormai consolidata, possiamo valutare in che modo e attraverso quali forme il concetto di progresso, di benessere e di qualità dello stile di vita influenzano sempre più i cittadini, i loro consumi e, soprattutto, le loro aspettative per il futuro.

Nascono in modo prima minoritario ma poi sempre più diffuso nuovi bisogni e, in modo del tutto analogo, si afferma ogni giorno di più la ricerca di nuovi modelli di sviluppo, orientati verso settori che creano valori intangibili più che tangibili³, un tipo di economia, cioè, che apre la strada a un nuovo modo di valutare e considerare il rapporto tra sviluppo economico e sviluppo umano.

¹ The Economist (December 2006-January 2007), Happiness and Economics . Economics discovers its feelings. Not quite as dismal as it was, pp. 33-35.

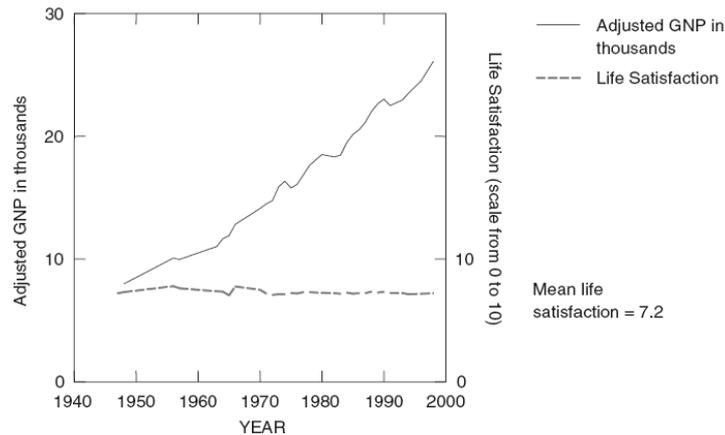
² Il termine inglese corrispondente è: Gross National Happiness' (GNH).

³ Un interessante analisi sul rapporto tra attivi tangibili e intangibili nella nuova economia, è reperibile in: Mattar H. (2002), Integrazione economica e responsabilizzazione sociale, Nextonline n. 14.

Uno dei risultati più interessanti che emerge dalle ricerche sulla felicità, è che nel lungo periodo mentre il reddito pro capite aumenta costantemente, la felicità rimane sostanzialmente invariata. È questo il paradosso fondamentale che ha dato origine agli interrogativi e ai dubbi crescenti dei padri della economia della felicità.

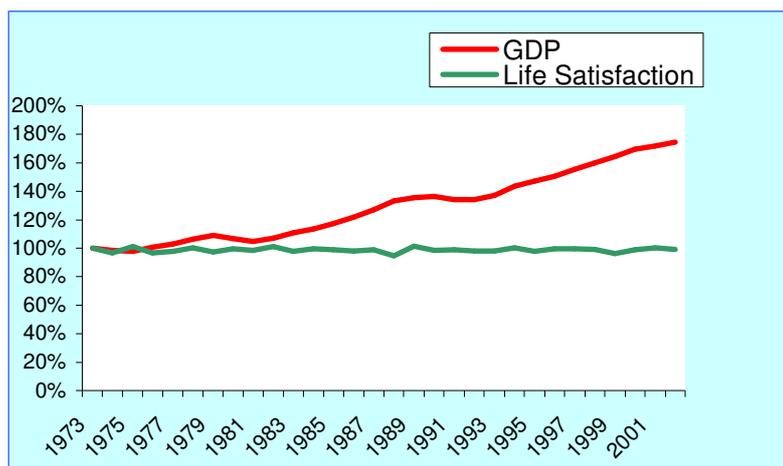
Secondo le ricerche di Seligman⁴, la soddisfazione media riportata dagli americani dal 1947 al 1998 è rimasta pressoché invariata, nonostante che il prodotto nazionale lordo sia aumentato di tre volte.

Tab. 2 - Il Prodotto Nazionale Lordo degli Stati Uniti e la media della soddisfazione della vita dal 1947 al 1998



Fonte: Diener E. & Seligman E. P. M. (2004), Beyond Money. Toward an Economy of Well-Being, Psychological Science in the Public Interest, Vol.5-Number 1, American Psychological Society,

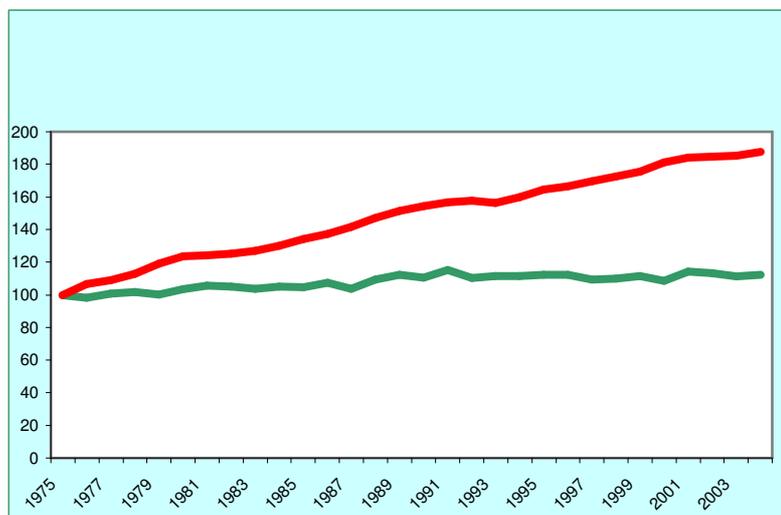
Tab. 3 - Il Prodotto Nazionale Lordo del Regno Unito e la media della soddisfazione della vita dal 1973 al 2001



Fonte: Nic Marks, New Economics Foundation-London

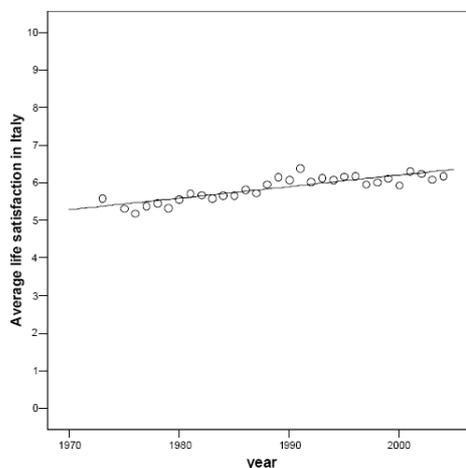
⁴ Seligman M. E. P. (2003), *La costruzione della felicità*, Sperling & Kupfer, Milano.

Tab. 4 - Il Prodotto Nazionale Lordo dell'Italia e la media della soddisfazione della vita dal 1975 al 2003



Fonte: Nic Marks, New Economics Foundation-London

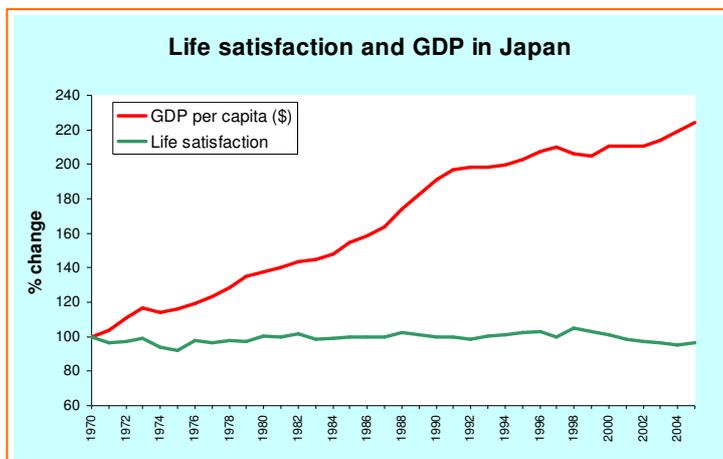
Tab. 4bis –Trend della media della soddisfazione della vita dal 1970 al 2005 dell'Italia



Fonte: World Database of Happiness-Rotterdam

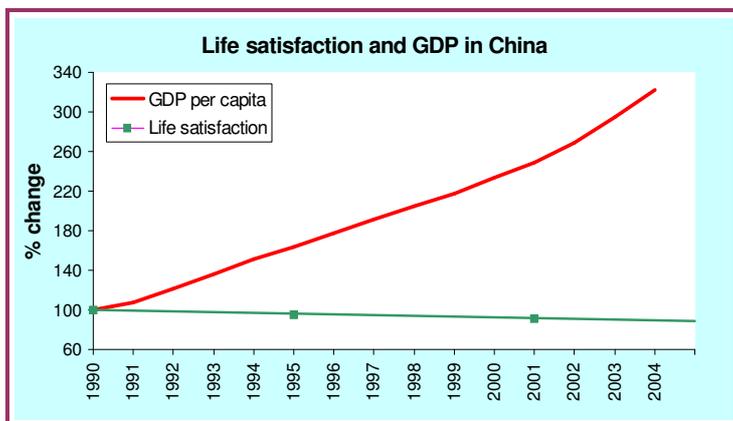
Secondo il World Database of Happiness, l'Italia ha avuto l'indice di crescita della media di felicità più alta in assoluto nel mondo: gli italiani non hanno una media molto alta in felicità, ma gradualmente questa loro media è cresciuta, mentre in molti altri paesi è rimasta ferma nel tempo o addirittura regredita (come nel caso del Giappone).

Tab. 5 - Il Prodotto Nazionale Lordo del Giappone e la media della soddisfazione della vita (1970-2004)



Fonte: Nic Marks, New Economics Foundation-London

Tab. 6 - Il Prodotto Nazionale Lordo della Cina e la media della soddisfazione della vita dal 1990 al 2004



Fonte: Nic Marks, New Economics Foundation-London

Come si può facilmente constatare, i due paesi asiatici, che negli ultimi 40 anni hanno rappresentato il più alto indice di crescita e di performance economica (il Giappone dagli anni sessanta fino agli inizi degli anni novanta, la Cina da metà anni novanta ad oggi), hanno addirittura avuto un peggioramento dell'indice di felicità.

Questo dato è noto, tra gli studiosi di economia della felicità, come il paradosso di Easterlin⁵, il quale lo spiega con il fatto che normalmente ognuno si dichiara soddisfatto in relazione a ciò che può realisticamente ottenere, di conseguenza oggi siamo effettivamente più felici di 20

⁵ Easterlin R. A. (1996), *Growth triumphant: The twenty-first century in historical perspective*, Ann Arbor, Michigan University Press.

anni fa, ma non ci riteniamo tali perché le nostre aspettative sono cresciute in modo da cancellare l'effetto dei benefici che l'aumento del reddito produce.

Una seconda spiegazione del fenomeno è che il nostro aumento del reddito genera un effetto comparativo con gli altri, per cui un nostro aumento non ci rende affatto felici se nello stesso tempo aumenta anche quello degli altri.

Un secondo paradosso è quello relativo alla classifica effettuata da Diener e altri⁶ e riportata nella Tabella n.7, dove è stato chiesto di esprimere il grado di soddisfazione della propria vita a vari gruppi sociali, rispondendo alla domanda: "Sei soddisfatto della tua vita?" secondo un punteggio da 1 (completamente in disaccordo) a 7 (totalmente d'accordo):

Tab. 7: Analisi comparata del grado di "felicità" fra diversi gruppi

Gruppi	Grado
Forbes magazine's "richest Americans"	5,8
Pennsylvania Amish	5,8
Inughuit (Inuit people in northern Greenland)	5,8
African Maasai	5,7
Swedish probability sample	5,6
International college-student sample (47 nations in 2000)	4,9
Illinois Amish	4,9
Calcutta slum dwellers	4,6
Fresno, California, homeless	2,9
Calcutta payement dwellers (homeless)	2,9

Fonte: Diener E. & Seligman E. P. M. (2004), *Beyond Money. Toward an Economy of Well-Being*, Psychological Science in the Public Interest, Vol.5-Number 1, American Psychological Society,

Come si può facilmente notare, il grado di soddisfazione degli uomini più ricchi d'America, secondo la classifica della rivista Forbes, è elevato (e non vi è nulla di sorprendente), ma non diverso da quello di tre gruppi che vivono invece in condizioni economiche arretrate o addirittura primitive, come gli Amish, gli Esquimesi e i Masai.

Naturalmente questo paradosso apre un fronte critico significativo sugli stereotipi con i quali la nostra cultura capitalistica percepisce il concetto di ricchezza come associato a quello di felicità e il concetto di povertà come associato necessariamente a quello di infelicità: esiste certamente una correlazione tra reddito e soddisfazione della vita (meno invece tra reddito e felicità), ma non è una correlazione obbligatoria e univoca: l'esempio degli Amish sta lì a dimostrarlo.

Ma questo tipo di paradosso non sussiste solo per il caso di questi differenti gruppi sociali, ma anche a livello di nazioni: soprattutto Ruut Veenhoven, con World Database of Happiness (di cui parleremo più avanti) e la New Economics Foundation, nei loro rispettivi Reports sulla

⁶ Diener E. & Seligman E. P. M. (2004), *Beyond Money. Toward an Economy of Well-Being*, Psychological Science in the Public Interest, Vol. 5-Number 1, American Psychological Society.

felicità dei vari paesi del mondo, ci sorprendono con classifiche che includono, nei primi posti, sia paesi ricchi del primo mondo (soprattutto scandinavi) che paesi che ben pochi giudicherebbero candidati ai livelli alti della felicità e della soddisfazione della vita.

Le correlazioni più significative

Seguendo gli studi e i dati che ci vengono forniti dalla ricerche dei padri della felicità, siamo in grado di formare un set di indicatori che ottengono un chiaro indice di correlazione con la natura e il grado di “well-being” di una persona come di un gruppo sociale o di una intera nazione. È molto interessante, anche ai fini di una “politica sociale innovativa” (che è lo scopo esplicito di questo nostro progetto), farne un ragionato inventario e trarre alla fine alcune conclusioni pratiche o operative nei modelli di governance:

- Vi è evidenza oggettiva del fatto che gli indicatori economici sono molto importanti per alzare il livello di soddisfazione della gente soprattutto ai primi stadi dello sviluppo, mentre una volta che si è raggiunto un certo grado di ricchezza, gli indicatori economici si fanno sempre più deboli. Al contrario, il benessere e la felicità della gente ottiene un contributo significativo dalla presenza di indicatori “non economici” e di tipo intangibile o immateriale, come: la qualità del capitale sociale, un lavoro gratificante, un governo democratico, il rispetto dei diritti umani e così via ⁷;
- Una seconda interessante correlazione è quella tra well-being e governance democratica e partecipativa: più ampia è la partecipazione e il coinvolgimento, maggiore appare il grado di soddisfazione e di well-being tra la gente, così come con il basso livello di corruzione, l’efficacia e rispetto delle norme e delle leggi (naturalmente ciò ha molto da suggerire al nostro paese, nel quale la corruzione e il poco rispetto delle leggi minano seriamente il conseguimento di uno stato di benessere e di soddisfazione più ancora che le crisi economiche);
- Una terza correlazione è stata provata dagli studi di Veenhoven ⁸ tra stabilità dei governi e felicità della gente: i risultati delle sue ricerche sugli ex-stati dell’URSS dimostrano che il collasso di ogni regola di governance e l’esplosione della corruzione hanno determinato i livelli di soddisfazione e di well-being tra i più bassi del mondo (la Moldavia è negli ultimi tre posti nella classifica di 95 nazioni) ⁹
- Una quarta correlazione è tra qualità del capitale sociale (attività di volontariato, appartenenza a gruppi e organismi associativi, a chiese e organismi religiosi, a eventi sociali) e qualità di well-being ¹⁰;
- Un lavoro gratificante è correlato positivamente con un elevato grado di soddisfazione della vita, oltre che con altri fattori, come una più attiva partecipazione democratica, una relazione migliore con il partner, la famiglia e il proprio tempo libero. Al contrario, la disoccupazione è un fattore devastante per la felicità delle persone, anche nel caso di un eccellente “welfare”: non basta che il lavoratore si senta “protetto” per sentirsi bene, ma deve avere stima di se stesso e

⁷ Frey B. S. -Stutzer A. (2002), *What can economists learn from happiness research?*, *Journal of Economic Literature*, ,40,402-435.

⁸ Veenhoven R. (2002), *Average happiness in 68 nations in the 1990s: How much people enjoy their life-as-a-whole*, Retrieved April 12,2004.

⁹ Veenhoven R. (2005), http://www.eur.nl/fsw/research/happiness/hap_nat/nat_fp.htm

¹⁰ Putnam R. D. (2001), *Social Capital . Measurement and consequences*, in J. F. Helliwell (ed.), *The contribution of human and social capital to sustained economic growth and well-being* (pp. 117-135), *Human Resources Development Canada, Ottawa*. Tra le opere tradotte in italiano, segnaliamo come particolarmente pertinente il nostro tema, in relazione proprio alla politica regionale: *La tradizione civica nelle regioni italiane* (1996), Mondadori, Milano.

percepire la stima sociale, come abbiamo sottolineato nel capitolo precedente a proposito delle ricerche di Robert Solow¹¹;

- Correlazione tra salute e well-being: esperimenti controllati hanno dimostrato che le persone che possedevano una disposizione più intensa all'ottimismo ed erano soddisfatte della loro vita, vivevano più a lungo, conservavano una vita attiva e creativa anche in tarda età. Questo è vero soprattutto per i disturbi mentali e la malattia della modernità che è la depressione: questo disturbo psichico, che ha una relazione molto profonda con il senso o non senso della propria esistenza, è aumentato in modo esponenziale man mano che crescevano gli indicatori economici, quasi come una pena del contrappasso: Diener e Seligman sottolineano con insistenza i danni incalcolabili che questo disturbo arreca alle società. Paradossalmente, quando le condizioni di vita erano più severe e la vita più dura, l'incidenza della depressione sul totale della popolazione superava a stento l'1% (per la popolazione nata intorno al 1910) mentre ha superato il 5% nella popolazione nata intorno al 1960, ossia 50 anni dopo, ossia in pieno boom di crescita economica. Gli Amish dell'Ohio hanno un indice di depressione praticamente nullo. Qualcuno lo attribuisce persino alla mancanza della televisione: anche se non scientificamente certa, questa battuta ha una verità intuitiva quasi assoluta;
- Correlazione tra matrimonio e felicità: nonostante i proverbi dicano spesso il contrario, le evidenze oggettive e sperimentali concordano unanimemente nell'assegnare al matrimonio una correlazione più significativa con la felicità e la soddisfazione della vita rispetto a chi non è sposato oppure separato o divorziato o vedovo. La spiegazione data dagli studiosi è che questa correlazione si inserisce nel quadro del positivo rapporto di causalità tra la qualità e intensità delle relazioni sociali e di fiducia delle persone e la loro felicità o benessere;
- Correlazione tra felicità e posizione sociale comparata: la povertà è una causa di infelicità tanto più quanto chi la vive vede accanto a sé lo stile di vita di chi ha un reddito elevato ed è continuamente frustrato nella sua speranza di poter raggiungere quello stesso stile di vita. Dunque, in realtà, non è solo la povertà a causare sofferenza, forse non è tanto la povertà, ma la disuguaglianza. Se dal confronto tra disuguali emerge infelicità, se la crescita non riduce la disuguaglianza (e forse peggiora la situazione), allora la crescita non aumenta la felicità. Qualcuno ha paragonato questo meccanismo ad una "corsa agli armamenti": l'escalation distrugge la soddisfazione di una posizione acquisita, perché non viene valutata in assoluto o in relazione alla "propria" posizione precedente, ma viene valutata in termini "relativi" ossia in relazione alla posizione degli altri (confronto che può avvenire anche attraverso *fiction* o *telenovelas* televisive, dove il 90% dei protagonisti, sono sempre belli e ricchi e solo il 10% paragonabili alla gente comune).

Come vedremo nell'ultimo capitolo, vi sono delle ricadute importanti sotto il profilo "politico", che verranno esaminate ed espone. Nel frattempo, appare opportuno richiamare un prospetto elaborato da Diener e Seligman¹² proprio nel comparare i diversi effetti tra le misure che si possono assumere con un approccio "economicistico" oppure con un approccio di "well-being" nei diversi campi di azione politica e sociale. Le domande che dobbiamo porci (e che si debbono porre coloro che hanno responsabilità politiche significative su questo terreno) sono sicuramente diverse nei due tipi di approccio:

11 Solow R. M. (2001), *Lavoro e welfare*, Edizioni di Comunità, Milano

12 Diener E., Seligman M. E. P. "Beyond money" *op. cit.*

Tab. 8 – Approccio economico e approccio al well-being

Campo	Approccio Economico	Approccio del benessere
Situazione politica e sociale	Come può il governo stimolare la crescita economica? Com'è l'influenza della politica della Banca Centrale sulla disoccupazione e sull'inflazione?	Come può la crescita economica influenzare il grado di well-being? Come la governance influenza il benessere?
Reddito	L'ineguaglianza economica influenza la crescita economica? Quanto le tasse influenzano la crescita economica?	L'ineguaglianza economica influenza il benessere? Come la disoccupazione influenza il benessere?
Condizione lavorativa	Il reddito influenza la produttività? Quali sono le cause della disoccupazione?	Che cosa rende il lavoro piacevole e significativo? I lavoratori felici sono più o meno produttivi di quelli infelici?
Salute fisica	Di quanto la malattia riduce la produttività? Quali sono i costi e i benefici dei vari trattamenti per le malattie?	Gli individui che riportano un alto tasso di benessere hanno una salute migliore rispetto a quelli che riportano un tasso minore? Quali malattie interferiscono maggiormente con la felicità?
Benessere mentale	Come i disturbi mentali interferiscono con la produttività? Quanto costano alla società?	Quanto diminuisce il benessere una malattia mentale? La terapia migliora il benessere della persona con un disturbo mentale?
Relazioni sociali	Come decidono le coppie la loro partecipazione al mercato del lavoro? Come sono distribuite le risorse in una famiglia?	Perché, in media, le persone sposate sono più felici dei single? Come la mobilità geografica influenza il benessere?

É alla luce di questi dati che Daniel Kahneman ha annunciato, circa un anno fa, l'elaborazione del "National Well-being Account", che è un indice della felicità da inserire tra i parametri che misurano il grado di sviluppo di un paese, a fianco degli altri indicatori più tradizionali.

L'Ufficio di gabinetto del governo inglese, ha emanato, nel gennaio del 2003, un documento di linee guida dal titolo molto significativo: "Soddisfazione di vita: conoscenze attuali e implicazioni per il governo".

Appare chiaro che, piaccia o no, al centro della agenda politica dei prossimi anni, con il mutamento di scenari che è in corso dal lato della cosiddetta economia industriale classica (in declino), i modelli di sviluppo "sociale" e del benessere diventeranno il centro decisionale più importante.

Purtroppo la politica, quasi ovunque, è in ritardo su questo tipo di analisi. Ma più rapidamente si compiono indagini accurate su questo nuovo fronte, più si conquisterà il consenso politico dei cittadini.

Questa nuova politica per la “qualità” della vita, comporta vaste implicazioni: dalla politica urbanistica, alla politica della sicurezza, alla politica del nuovo welfare (che si chiamerà molto probabilmente workfare, perché non sarà più una politica di assistenza ma una politica di opportunità e solidarietà), alla definizione di nuovi contratti sociali tra stato, enti pubblici e enti locali da una parte, e mercato dall'altra, con in mezzo una crescita formidabile del terzo settore come settore di inclusione sociale crescente e di soluzione di problemi che oggi non possono essere risolti né dallo stato né dal mercato, soprattutto in quei beni e soprattutto servizi (relazionali, educativi, culturali, ecc.) che il terzo settore è più qualificato a fornire “on demand”, ossia in forme molto personalizzate.

Questo nuovo modo di affrontare il modello di sviluppo coincide con una domanda che pochi hanno il coraggio di porre già ora, per paura di perdere consensi: Che cosa prova la gente a divenir collettivamente più povera? Esiste un modo per imparare a diventare un po' più poveri, ma nello stesso tempo per imparare a diventare un po' più felici?

É impossibile continuare a crescere al di là dei nostri bisogni. Ma siccome la crescita è il mito dell'Occidente, l'accumulo di ricchezza, di potenza e di energia apre le porte alla dilapidazione dell'eccedenza (potlac) che se non prende la strada del dono e della solidarietà, percorre quella della decadenza e della solitudine.

L'economista Richard Layard¹³, della London School of Economics, ha scardinato i principi della sua stessa disciplina sostenendo che:

- lo scopo primario delle politiche pubbliche deve essere la ricerca della felicità
- la felicità individuale è misurabile (Bentham lo diceva già quasi 200 anni fa)
- i fattori non quantitativi e intangibili entrano in gioco in modo sempre più preminente (fiducia, stabilità, occupazione, sereni rapporti sociali).

Egli dedica particolare interesse alla spiegazione del fenomeno paradossale della mancata correlazione tra crescita del reddito e aumento della felicità, attraverso l'analisi delle percezioni “comparate”: “É emerso da uno studio che se il reddito di tutte le persone che vivono attorno ad un individuo aumenta dell'1 per cento, la sua felicità diminuisce di un terzo rispetto a quanto aumenterebbe se fosse lui a guadagnare un 1 per cento di più. Pertanto quando sono i redditi di un'intera società a crescere, le felicità di ogni singolo cittadino aumenta, ma solo di due terzi rispetto a quanto aumenterebbe se a crescere fosse esclusivamente il suo reddito (guadagna cioè un punto di felicità per la crescita del proprio reddito, ma perde un terzo di punto per via della crescita dei guadagni altrui)”¹⁴. In pratica il nostro reddito relativo percepito è di fatto più importante nel quadro delle felicità del nostro reddito effettivo. Sembra una conferma puntuale del cosiddetto teorema di Thomas¹⁵.

E conclude: “Uno dei segreti per essere felici è ignorare il confronto con le persone che hanno più successo di noi: in altri termini, se vogliamo confrontare la nostra situazione con quella di qualcun altro, dobbiamo farlo guardando sempre chi sta peggio, e mai chi sta meglio”¹⁶.

¹³ Layard R. (2005), *Felicità. La nuova scienza del benessere comune*, Rizzoli, Milano.

¹⁴ Layard R., o. c., p. 63.

¹⁵ “Se gli uomini definiscono reali le situazioni esse saranno reali nelle loro conseguenze”, coniato nel 1928 dal sociologo americano William Thomas.

¹⁶ Layard R., o. c., p. 65.

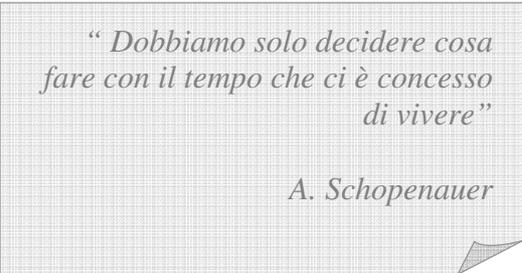
Economia della felicità come contro-marketing del tempo

Un altro aspetto che Layard approfondisce in modo stupendo nella sua opera è il rapporto tra la felicità e il tempo. Anche se altri padri della economia della felicità vi hanno dedicato importanti riflessioni, è Layard che insiste in modo speciale sul fatto che non può esistere una vera felicità se non assumiamo con accuratezza il nostro tempo come risorsa essenziale e non riproducibile.

Esso appare non come “una” risorsa, ma “la” risorsa essenziale e più importante da capire, da gestire, da valorizzare, da vivere, a causa della sua radicale deperibilità e insostituibilità. Non possiamo immagazzinare il tempo: il tempo è l’unica risorsa che non ha surrogati o beni sostitutivi e l’economia del tempo comincia ad assumere una rilevanza crescente, man mano che le altre economie esauriscono il loro orizzonte nell’ambito dei beni e/o dei servizi il cui possesso non assicura, come spesso l’uomo si illude, un appagamento definitivo, proprio perché il tempo sollecita ciò che ancora non è, riducendo a ben poca cosa quello che c’è già stato.

Il marketing del tempo viene pianificato, programmato, perseguito, comunicato, commercializzato dal marketing di moltissime attività economiche, lecite e creative come la cultura, la musica, i beni culturali, l’arte, la storia, la letteratura, la poesia (ma anche lo sport, il fitness, ...), oppure dal marketing di altre numerosissime attività economiche che ci “promettono” un tempo perduto e ritrovato, un tempo vissuto (di gioia, di autopoiesi, di soddisfazione e appagamento profondi ...), ma poi non mantengono la promessa e si trasformano in una truffa commerciale, prima ancora che morale (è il caso per esempio della promessa del “paradiso artificiale” delle droghe, oppure del “viaggio” in sensazioni che amplificano sì il senso del possesso e del dominio del tempo e dello spazio, ma ad un prezzo eccessivo, che è il furto stesso della vita, ossia la promessa di una scintilla del tempo in cambio di tutto il tempo – la morte - che è una transazione asimmetrica, manipolatoria e iniqua).

Il marketing del “tempo” come merce sta, perciò, ampliando ogni giorno di più la sua sfera di influenza, e occorre una analisi critica molto approfondita e responsabile sui requisiti di trasparenza, credibilità, efficacia con cui queste forme di marketing ci propongono di acquistare i loro “prodotti/tempo” che, una volta acquistati e consumati, non hanno più alcuna possibilità di replica, di rimedio, di ritorno. Siamo stati derubati del bene più prezioso che abbiamo e, per farci derubare, abbiamo anche pagato i nostri ladri del tempo. Oppure lo abbiamo speso per il lavoro, i soldi (i “schei”) la televisione e le più svariate forme di economia del futile e dell’inutile, in cambio di una dedizione più prolungata ai nostri bambini, al nostro partner, agli amici, alle potenzialità più profonde di noi stessi. “Valutare come passiamo il nostro tempo serve a capire lo stato di benessere della società”, dice Kahneman.



“ Dobbiamo solo decidere cosa fare con il tempo che ci è concesso di vivere ”

A. Schopenhauer

La strategia di contro-marketing del tempo proposta da Layard prevede almeno tre obiettivi molto concreti:

- l’equilibrio tra lavoro e vita

- diminuire drasticamente il tempo dedicato ai programmi televisivi
- dedicarsi ad attività di volontariato e alla comunità (capitale sociale)

E aggiunge: “Ci sono sette fattori che emergono sugli altri: le nostre relazioni familiari, la nostra situazione economica, il nostro lavoro, la comunità in cui viviamo e i nostri amici, la nostra salute, la nostra libertà personale e i nostri valori personali”¹⁷.

Sono questi i parametri o i pilastri che influenzano la felicità. E su questi occorre agire per avere società più felici.

Mentre non sembrano influire sulla felicità (contrariamente a quanto potrebbe apparire superficialmente) altri fattori come:

- l'età (la felicità media di una persona non cambia in modo significativo al variare dell'età)
- il genere (donne e uomini sono sostanzialmente simili nel loro livello di felicità, con qualche leggera variazione marginale sui fenomeni depressivi, più frequenti nelle donne e su altri aspetti di scarso rilievo)
- l'aspetto fisico (quanti miti e quanti sprechi di tempo, di invidie e di risorse per questo elemento che è fondato tutto sulla apparenza)
- il quoziente di intelligenza (influisce solo se in relazione ad altre cose, con un debole effetto diretto sulla felicità del livello di istruzione).

*“ Non vi è che un modo per essere felici:
vivere per gli altri”*

(Leone Tolstoj)

La sua proposta di un **Genuine Progress Indicator**, ossia un indice di progresso vero, genuino, introduce, a titolo di esempio, un parametro sofisticato che attribuisce un valore + al volontariato e un valore - ad un eccesso di lavoro straordinario che ruba tempo libero e dunque felicità.

Su questo tema appare interessante il pensiero di Domenico De Masi, docente di Sociologia del lavoro all'Università La Sapienza di Roma:

“Secondo Enzensberger ciò che oggi scarseggia persino per i ricchi è il tempo (si pensi ai manager sempre stressati), l'autonomia (i lavoratori dipendenti, sempre controllati da un capo), lo spazio (la sovrappopolazione e il traffico urbano che ci tolgono la solitudine senza darci la compagnia), la tranquillità e il silenzio (il continuo frastuono che impedisce ogni forma di introspezione), l'ambiente sano (si pensi all'aria, all'acqua e agli alimenti inquinati), la sicurezza (come le tante minacce controllo l'incolumità fisica). A questi sei beni sempre più rari indicati da Enzensberger, io ne aggiungerei almeno altri tre: la convivialità, necessaria per sconfiggere la solitudine di tutti coloro che, per età, professione o carattere, rischiano un isolamento innaturale e sofferto; l'ambiente creativo, che ci consente di mettere a frutto le nostre migliori qualità: fantasia e concretezza, razionalità ed emozioni; la bellezza, che ci offre la felicità a basso prezzo perché, come diceva Keats *le cose belle sono gioie create per sempre*”¹⁸.

¹⁷ Layard R., o. c., p.84

¹⁸ De Masi D. (2002), *Tempo e creatività sono il vero lusso*, in *Il Sole 24 Ore*, 27 novembre 2002.