

novità

Antonio Andreoni
Vittorio Pelligra

Microfinanza

Dare credito alle relazioni

La microfinanza rappresenta una rivoluzione culturale più che economica, e antropologica ancor prima che politica. Alla base si colloca un sistema finanziario di supporto al processo di sviluppo sociale ed economico che prende le mosse da presupposti radicalmente differenti rispetto a quelli tradizionali, e insiste su un processo di coinvolgimento che parte dal basso ma è bidirezionale. Solo nella reciprocità, infatti, una relazione di sostegno può promuovere la fioritura delle potenzialità e non avvilire la dignità dei beneficiari. Su questo punto si gioca la sfida culturale del microcredito, sulla capacità di guardare al creditore come ad un potenziale partner, un alleato, non uno sfortunato da aiutare o, nel peggiore dei casi, un opportunista pronto a prendere il denaro e a scappare. Una sfida che – come illustra il volume in modo dettagliato – abbraccia la prospettiva della libertà e riconosce nel credito e nei servizi finanziari dei potenti moltiplicatori di opportunità, degli strumenti di inclusione sociale ed economica, dei promotori dell'intraprendenza e delle capacità umane.



Antonio Andreoni, dottorando in Economia dello sviluppo presso l'Università di Cambridge, è stato co-fondatore di micro.Bo, Associazione on-lus per lo sviluppo della microfinanza.

Vittorio Pelligra è ricercatore di Economia politica nell'Università di Cagliari. Tra le sue pubblicazioni: «Imprese sociali. Scelte individuali e interessi comuni» (Bruno Mondadori, 2008) e «I paradossi della fiducia» (Il Mulino, 2007).

www.mulino.it

Antonio Andreoni
Vittorio Pelligra

Microfinanza

Dare credito alle relazioni



il Mulino Saggi

pp. 312, € 26,00
ISBN 978-88-15-13143-0

dal 2 luglio 2009
in libreria

L'indice del volume

Prefazione, di *Stefano Zamagni*

- I. Economia, persona, sviluppo.
- II. Il mercato del credito: asimmetrie e razionamento.
- III. Le radici antiche di un'idea moderna: dai Monti di Pietà alla Grameen Bank.
- IV. Il credito relazionale: varietà e innovazioni metodologiche.
- V. Capitale sociale, reti relazionali istituzioni capacitanti.
- VI. Preferenze sociali e reciprocità.
- VII. La componente fiduciaria nella relazione creditizia
- VIII. L'esclusione finanziaria e la microfinanza moderna
- IX. La microfinanza al bivio: stato, mercato e innovazione

Riferimenti bibliografici

“Questo libro parla di microfinanza, un fenomeno che, anche in Italia, si è ormai imposto all’attenzione sia degli studiosi sia del mondo degli affari oltre che dei *policy-makers*. Dopo un lungo periodo di tempo durante il quale era parso che la microfinanza non fosse degna di considerazione tra gli accademici né che meritasse particolare attenzione da parte di coloro che si occupano di politiche di sviluppo, è oggi largamente diffuso il convincimento in base al quale le pratiche di microfinanza costituiscono uno dei più efficaci strumenti non solo di lotta contro la povertà, ma anche di rigenerazione del capitale sociale di un territorio. Hanno contribuito a questo mutamento di prospettiva, per un verso, i successi registrati dalla Grameen Bank di Muhammad Yunus oltre che dalle duecento e più organizzazioni di microfinanza sparse per il mondo, e per l’altro verso la recente ripresa, nell’ambito del discorso economico, di linee di ricerca originali come quelle dell’economia civile.

Duplici il pregio di questo lavoro di Antonio Andreoni e Vittorio Pelligra che mi piace evidenziare. In primo luogo, quello di muoversi con notevole capacità di sintesi nel territorio di confine tra economia, filosofia e antropologia. Gli autori non cadono nella tentazione di consegnarsi a un approccio monodisciplinare ancora così frequente nella letteratura in argomento. È questo un limite non da poco che riduce la fruibilità, sul piano pratico, dei risultati conseguiti spesso con l’ausilio di sofisticati strumenti statistico-econometrici. Il secondo pregio è quello di rendere esplicita, fin dall’inizio, la prospettiva da cui viene analizzato il fenomeno della microfinanza. È ormai noto ai più che il fenomeno in questione non può essere compreso in tutta la sua complessità, e tanto meno spiegato, se non si accoglie una particolare concezione del mercato, una concezione che vede nel mercato un’istituzione basicamente umanizzante, la quale, ponendo gli uomini in interazione necessaria fra loro, consente, a determinate condizioni, di risolvere pacificamente il conflitto. Laddove nelle società non di mercato il conflitto viene risolto o per via gerarchica, facendo ricorso al potere di un’autorità assoluta, oppure attraverso la violenza, facendo ricorso al «duello» o alla guerra, la società di mercato riesce a operare – come già aveva chiaramente intuito Erasmo da Rotterdam nel 1503 nel suo *Enchiridion* – un disinnescamento del potenziale distruttivo che da sempre si accompagna al conflitto.

Dire mercato significa parlare di competizione. E non c’è chi non veda come la fecondità della competizione stia nel fatto che essa implica la tensione, la quale postula sempre la presenza di un altro e la relazione con un altro. Infatti, non ci può essere competizione dove non c’è l’altro. Senza tensione non c’è movimento, ma il movimento – ecco il punto – cui la tensione dà luogo può essere anche mortifero, generatore di morte. È tale quella forma di competizione che oggi chiamiamo «posizionale». Si tratta di una forma nuova di competizione, assai poco presente nelle epoche precedenti, che è particolarmente pericolosa perché tende a distruggere il legame con l’altro. In questa forma di competizione, lo scopo ultimo dell’agire economico non è la tensione verso un comune obiettivo – come l’etimo latino *cum-petere* lascia chiaramente intendere – ma l’hobbesiana *mors tua, vita mea*. È in ciò la stoltezza della posizionalità, che mentre assicura di far vincere «il migliore», elimina o umilia chi arriva «secondo» nella gara di mercato. In tal modo il legame sociale viene ridotto al *cash nexus* e l’attività economica rischia di divenire disumana e dunque, in definitiva, inefficiente e non accettabile.

Ebbene, la cifra del libro che ora viene offerto al giudizio del lettore è quella di mostrare, nel concreto, che le forme plurime della microfinanza riescono a svolgere appieno le funzioni in vista delle quali sono state pensate solamente se inserite in un quadro di discorso relazionale, nel quale il rapporto con l’altro non ha valore solo strumentale, ma anche intrinseco. È in ciò il significato di quello che gli autori chiamano «credito relazionale». Con tale scelta, Andreoni e Pelligra rivelano la loro adesione a quella concezione del mercato, tipica dell’economia civile, secondo cui si può vivere l’esperienza della socialità umana all’interno di una normale vita economica e non già al di fuori o a lato di essa. È questa una concezione che è alternativa, a un tempo, sia a quella che vede il mercato come luogo dello sfruttamento e della sopraffazione del forte sul debole, sia a quella che, sull’onda del pensiero anarco-liberista, lo vede come occasione di soluzione di tutti i mali sociali.

L’occhiale dietro cui si guarda la realtà della microfinanza in questo volume è quello dell’etica della virtù (*aretè*) di ascendenza aristotelica. Nella grande tradizione metafisica, *aretè* è la virtù intesa come azione, come opera che rende possibile la vita buona e che rende felici. La felicità – insegnava Aristotele – non può ridursi a un istante, non può dipendere da un evento, ma deve durare nel tempo. Ecco perché la virtù non basta possederla, ma occorre esercitarla costantemente attraverso le opere. A differenza della tradizione moralistica – di derivazione stoica – che ha fatto di tutto per rendere poco attraente la vita virtuosa, caricandola di pesi e di divieti spesso insopportabili, il guadagno specifico che ci offre l’etica delle virtù è quello di mostrarci che la vita virtuosa è la vita migliore non solo per gli altri, ma anche per se stessi. La radice antica di *aretè* è *ar-* che è la stessa di *arte* e di *aristos*, cioè eccellente: la virtù rende la vita qualcosa di eccellente, di grande. Il termine *aretè*, tuttavia, è connotato da una seconda qualificazione: la virtù è pienamente tale quando è virtù civile, quando cioè il suo campo di azione è la *polis*, la città. Non c’è vita buona, e tanto meno eccellente, in isolamento, senza il confronto – e magari il conflitto – con l’altro. Virtuoso, dunque, è chi eccelle nell’arte di gettare ponti e di costruire relazioni umane, perché è solo nella vita in comune che l’essere umano – animale sociale – può fiorire in pienezza.

Un’ultima considerazione. Che cosa ha da comunicare la grave e profonda crisi attuale agli studiosi di finanza e agli economisti in generale? Un duplice insegnamento. Primo, che quanto più spinta è la raffinatezza degli strumenti analitici (matematici ed econometrici) impiegati, tanto più alta deve essere la consapevolezza dei pericoli insiti nell’impiego pratico dei prodotti della nuova tecnofinanza. È questa irresponsabile mancanza di umiltà intellettuale ad aver indotto non pochi economisti del *mainstream*, inclusi prestigiosi, ma poco saggi, premi Nobel, a guardare con supponenza chi si faceva portatore di prospettive diverse di discorso e soprattutto chi avanzava dubbi circa la plausibilità di certi assunti antropologici.

Che cosa c’è alla base di certa arroganza intellettuale ancora così frequente in taluni circoli accademici? L’incapacità di comprendere, forse per difetto di adeguata preparazione filosofica, la distinzione tra razionalità e ragionevolezza. Un argomento economico può ben essere razionale, matematicamente ineccepibile, ma se le sue premesse antropologiche non sono ragionevoli risulterà di scarso aiuto; anzi, può condurre a disastri. Ha scritto il celebre filosofo della scienza Georg Henrik von Wright (1987): «I giudizi di ragionevolezza sono orientati verso il valore; essi vertono [...] su ciò che si ritiene buono o cattivo per l’uomo. Ciò che è ragionevole è senza dubbio anche razionale, ma ciò che è meramente razionale non è sempre ragionevole». La ragionevolezza, infatti, è la razionalità che rende la ragione ragione dell’uomo e per l’uomo. In quanto tale, essa è espressione di saggezza e non solo di abilità intellettuale.

La seconda grande lezione che dalla crisi arriva all’economia è quella di affrettare i tempi del superamento della cosiddetta «saggezza convenzionale» (*conventional wisdom*), secondo cui *tutti* gli agenti economici sarebbero mossi all’azione da un orientamento motivazionale di tipo egocentrico e autointeressato. Oggi sappiamo che tale assunto è fattualmente falso: è certamente vero che, a seconda dei contesti e dei periodi storici, c’è una percentuale, più o meno alta, di soggetti il cui unico obiettivo è il perseguimento del *self-interest*, ma questa disposizione d’animo non descrive l’intero universo degli agenti economici. Eppure, i modelli della teoria della finanza continuano a postulare che gli agenti siano tutti *nomine oeconomici*. La conseguenza è sotto gli occhi di tutti: da quei modelli discendono direttive d’azione che vengono poi veicolate, in vario modo, al settore bancario e finanziario. Invero, i modelli matematico-finanziari non suggeriscono solamente linee di condotta; essi cambiano la *mindset* delle persone, come i risultati più recenti della ricerca sperimentale delle neuroscienze confermano *ad abundantiam*.

La mira di questo lavoro di Andreoni e Pelligra è quella di offrire un contributo prezioso alla correzione di tale linea di pensiero, mostrando che una via alternativa da battere esiste ed è pervia.”

Per informazioni e preventivi:

Società editrice il Mulino

Strada Maggiore, 37 - 40125 Bologna

tel. 051 256011 - fax 051 256041

diffusione@mulino.it - www.mulino.it