

**Intervista a Maurizio Pugno
condotta da Ermanno Detti,
direttore della rivista *Il Pepe Verde*
(poi pubblicata con il titolo “La Psicoeconomia contro la crisi”,
n.61, 2014, pagg. 4-5)**

1. Davvero la psicologia può aiutare le persone sia a vivere meglio nella crisi economica, sia ad affrontare, e forse a superare, la crisi stessa?

Credo che la psicologia possa avere un ruolo importante nell'aiutare le persone a vivere meglio questa crisi economica, e che, di conseguenza, anche l'economia ne possa trarre giovamento.

L'economia ci fornisce molti strumenti per il nostro benessere, ma sta a noi saperli usare, o meglio, saper scegliere quelli che sono più adatti a ciascuno di noi. Al giorno d'oggi le possibilità di scelta sono tantissime, più o meno raggiungibili. Basta un clic per conoscerle. Ma poi ci si ferma, non solo perché spaventati dalle difficoltà materiali, ma anche perché ci manca la capacità di trovare delle soluzioni nuove per uscire dall'impasse. La scuola ci dà degli strumenti, anche in questo caso; ma non basta, perché bisogna saperli usare in situazioni molto diverse, bisogna reinventarli. La psicologia ci può aiutare a capire questi nostri limiti per poterli poi superare.

La crisi economica ha indubbiamente messo in grande difficoltà buona parte degli italiani, ma a questo si può reagire in modo molto diverso. Ad esempio, alcuni giovani continuano a trovare riparo in famiglia, altri cercano fortuna all'estero, altri ancora hanno recuperato e aggiornato i mestieri dei nonni, come coltivare la terra.

Credo che la psicologia possa aiutare molto le persone a capire perché si perdono d'animo, e a trovare l'energia per cercare la propria strada, anche inventandola.

L'economia troverebbe sicuro giovamento da persone più motivate, più capaci, e più inventive. Perché, oltre ad essere più contente di sé, sarebbero più produttive e costerebbero meno in farmaci e servizi sanitari.

2. Lei parla a lungo dei telefonini e dei social media in Italia e rileva che la loro diffusione è stata in alcuni momenti più forte che in altri Paesi. Ora però risulta che coloro che li “consumano” di più riportano un minor benessere psicologico indipendentemente dal reddito. C'è una spiegazione a questo fenomeno?

Questo per gli economisti è un paradosso, perché a un maggior consumo dovrebbe corrispondere un maggiore, e non un minor benessere. E' qui che gli economisti chiedono aiuto agli psicologi. Oggi, le ricerche interdisciplinari hanno fatto un po' di strada, ma molto resta da fare. La spiegazione che do a questo paradosso, in

modo schematico, è che i beni di consumo come i telefonini non sono usati per realizzare un progetto, o una ricerca di un progetto che realizzi la nostra vita, ma per scacciare la noia, per riempire un vuoto. Dunque, il malessere viene prima, ma l'uso dei consumi come compensazione diventa una sorta di dipendenza che finisce per aggravare il malessere iniziale.

3. *La sindrome del declino, cioè lo stato di insoddisfazione degli italiani, ha origini più lontane della crisi, risale a circa 20 anni fa. Forse già allora si avvertivano i segni di decadenza economico-sociali o di incertezza per il futuro dei figli?*

I segni di decadenza, come dice lei, sembra che comincino nei primi anni '90. E' vero che da allora la crescita economica è più lenta, ma sembra che gli italiani abbiano avuto una reazione negativa esagerata. Forse è caduto il sogno di vedere i figli costruire tante cose quante ne hanno costruite i genitori. Forse già allora l'idea del benessere come crescente prosperità economica c'era già. Non voglio dire che mancassero le giustificazioni. Ad esempio, in Italia il *welfare state* è rimasto un sogno in buona parte non realizzato. Oggi lo stiamo ridimensionando prima ancora d'averlo portato a regime.

Ma osservare che l'insoddisfazione ha radici precedenti alla crisi aiuta a mostrare che l'economia non ne è l'unica causa.

4. *Mi permetto di chiederle un'opinione: accanto al declino economico e una diffusione di malessere psicologico, assistiamo anche a un declino dell'interesse per la cultura (la lettura è in significativa diminuzione nel 2013). Intravede un nesso in tutto ciò?*

Di più. La cultura è l'ingrediente essenziale per l'elaborazione delle idee sul futuro. Sono queste idee (e non il "mi piace"/"non mi piace") che ci guidano nelle nostre scelte importanti, e, a cascata, nelle nostre scelte su cosa e come consumare. Posso avere a disposizione tutti i gadget tecnologici più avanzati per trovare qualsiasi cosa e per comunicare con gli altri ovunque e in ogni momento. Ma cosa me ne faccio se non ho idea di cosa cercare, e se non ho idee da comunicare? Credo che, pur essendo ancora in tempo di crisi, paradossalmente siamo più a corto di contenuti che di strumenti. E su questo l'economista da solo non può fare molto.