

Quando la psicologia e l'economia si incontrano: i *beni relazionali* nei gruppi di formazione

Alessandra Di Caccamo, Giovanna Amato, Antonella Ciotta,
Vincenzo Nuzzo, Maria Tomasello

Relazionalità ed economia: *relazionalità economica?*

La prima parte del nostro contributo tenta di costituirsi quale breve excursus storico che, muovendo dalle iniziali ipotesi teoriche prodotte dalla scienza economica neoclassica giunge, ponendo attenzione alla vicinanza tra economia e assunti della gruppoanalisi soggettuale, al nuovo paradigma interpretativo, quello relazionale, assunto dalla moderna letteratura scientifica economica. L'obiettivo proposto, in questa prima parte del nostro lavoro, coincide con il tentativo di delineare uno sfondo su cui si staglia, come figura emergente, la dimensione relazionale: è proprio la questione relativa al rapporto Io/Altro a costituirsi quale diagonale che attraversa l'intera storia del pensiero economico (Bruni, 1997). Fino ad Adam Smith, «l'attività economica era considerata il luogo dell'egoismo, e pertanto veniva socialmente controllata, guardata con sospetto, e tollerata come un male necessario» (*Ibidem*). Il suo lavoro del 1759, *Theory of Moral Sentiments*, contiene, *in nuce*, riflessioni che si pongono in discontinuità rispetto alla precedente tradizione economica: «Per quanto l'uomo possa essere considerato egoista – così apre la *Theory* – nella sua natura ci sono chiaramente alcuni principi che lo fanno interessare alla sorte degli altri, e che gli rendono necessaria l'altrui felicità» (Smith, 1759). La fortuna e la sfortuna di una persona consistono, rispettivamente, nell'essere considerati dagli altri o nell'essere loro indifferenti. Tutto il rapporto tra noi e gli altri è mediato dallo *sguardo*: essere visti, considerati, ammirati,

imitati...tutti verbi che rimandano all'uso degli occhi. Anche la ricchezza o il potere per Smith sono solo mezzi per *attirare l'attenzione degli altri*, per essere "riconosciuti". Per questo il soggetto smithiano è *radicalmente incompleto* perché non può fare a meno dello sguardo degli altri (Smith, 1759). La fine del XIX e l'inizio del XX secolo vedono la scienza economica tentare di avvicinarsi il più possibile al paradigma delle scienze naturali, considerate allora le scienze per eccellenza. L'egoismo razionale è assunto a principio capace di spiegare tutte le leggi e i meccanismi economici: l'approccio individuale e l'ipotesi di razionalità assurgono a categorie fondanti il nuovo paradigma interpretativo. L'economia è ora depurata dalla sua componente relazionale: il tipo di uomo che la scienza economica descrive è dunque un soggetto *calcolatore, massimizzante e completamente definito dalla propria sfera individuale* (Bruni, 1997). L'economia viene invasa dalla logica matematica e formale: per gli economisti tutto il reale è misurabile e ciò che non è misurabile non è reale. Il 1974 è l'anno della scoperta, ad opera di R. Easterlin, del noto paradosso della felicità: B. Frey, lo stesso R. Easterlin, R. Frank e il premio Nobel D. Kahneman, nell'analisi della correlazione tra il PIL e il grado di felicità media di un paese giungono ad elaborare empiricamente le legge secondo cui superata una soglia critica, la felicità percepita dagli individui diventa insensibile agli incrementi di reddito. Per L. Bruni e S. Zamagni (De Biase, 2007) gli individui, per procurarsi la ricchezza necessaria ad acquistare i beni di consumo, finiscono per distruggere quei beni relazionali da cui la felicità largamente dipende. Dare debito spazio ad altre dimensioni non strumentali, come la gratuità, la reciprocità, l'attenzione al "bene relazionale" consente di pensare al mercato come possibile "luogo di felicità": recenti ricerche mostrano come i lavoratori dell'economia sociale, del non-profit, di certo molto sensibili al "bene relazionale", pur percependo un reddito minore, presentano tuttavia un grado di

soddisfazione superiore a quello espresso dai lavoratori di altri settori economici (Borzaga, 2000). Sulla scorta di tali considerazioni, in economia sembra attirare un crescente interesse, negli ultimi anni, la questione della ricerca di identificazione tramite la vicinanza con gli altri, nonché il bisogno di relazioni sociali dirette. Un contributo significativo in questa direzione viene da C. Uhlaner (1989), che battezza *bene relazionale* ciò che soddisfa tale bisogno (Antoci, Sacco, Vanin, 2001). Per Uhlaner si tratta di beni «che possono essere posseduti solo attraverso intese reciproche che vengono in essere dopo appropriate azioni congiunte intraprese da una persona e da altre non arbitrarie» (1989, p: 254). Loro caratteristica essenziale è che essi richiedono *reciprocità* e non possono essere perseguiti indipendentemente dalla situazione soggettiva e dalle preferenze delle persone coinvolte: «i beni che si presentano negli scambi dove ognuno può offrire in maniera anonima non sono relazionali» (*ibidem*: 225). Così come sottolinea Bruni (2007) è possibile rintracciare, al di là delle apparenti differenze terminologiche e dei diversi punti di vista presi in considerazione, alcuni aspetti comuni che possono essere considerati le caratteristiche basilari di questa categoria di bene. Tali caratteristiche appaiono essere:

- a) *identità* (è fondamentale poter identificare chiaramente le persone coinvolte nello scambio: non può esservi bene relazionale se lo scambio avviene in maniera anonima);
- b) *reciprocità* (in quanto beni che derivano da relazioni, necessitano della risposta dell'altro e non possono essere "consumati" da soli);
- c) *simultaneità* (così come avviene per molti servizi alla persona, i beni relazionali si consumano nello stesso momento in cui vengono prodotti: « [...] il bene viene co-prodotto e co-

- consumato al tempo stesso dai soggetti coinvolti»¹);
- d) *motivazione* (è necessario che la motivazione sia intrinseca al rapporto stesso, senza che l'incontro tra i soggetti coinvolti rappresenti un mezzo mediante il quale si giunga ad ottenere un beneficio diverso dalla relazione stessa);
- e) *fatto emergente* (come un fattore che si aggiunge al contributo portato da ogni singolo partecipante all'incontro, « [...] il bene relazionale emerge all'interno di una relazione»²);
- f) *gratuità* (come già sottolineato, un bene per essere relazionale deve essere determinato da una motivazione intrinseca e pertanto considerato gratuito, senza che vi sia la pretesa di avere qualcosa in cambio, oltre alla relazione stessa);
- g) *bene* (ha un valore in quanto soddisfazione di un bisogno, ma non un prezzo, non potendo essere considerato una merce di scambio).

Gli esiti dello sviluppo economico appaiono oggi più che mai strettamente relati, oltre che ad altre importanti variabili, alla qualità delle relazioni interpersonali (Bruni, 2006; Sacco e Zamagni, 2006). In questo contributo, che non pretende certamente di essere esaustivo rispetto ai numerosi assunti propri della scienza economica, viene evidenziato tuttavia, a partire dalla lettura delle attuali tendenze relazionali in economia, come, il paradigma della razionalità, mostri sempre più l'inadeguatezza a descrivere e a prevedere la complessità dell'agire, e l'impegno da parte di diversi studiosi nella riscrittura di categorie e modelli esplicativi più efficaci. Utilizzando le parole di Bruni «solo nella misura in cui la ricerca teorica sarà preceduta e accompagnata dalla creazione di una cultura

1

□ Bruni (2007, p: 159)

2

□ Bruni (2007, p: 160)

della reciprocità, e tale cultura si estenderà su larga scala, sarà possibile scrivere una teoria economica disancorata dall'approccio individualista» fondante l'antropologia dell'homo oeconomicus (Bruni, 1997).

I beni relazionali: una definizione psicologica

L'elaborazione della nozione di *bene relazionale* costituisce un'innovazione in ambito economico in aperta opposizione alla predominante logica strumentale e al fine ultimo del raggiungimento del profitto. L'aspetto rivoluzionario all'interno della riflessione economica di questi ultimi anni è proprio considerare oggetto di interesse le relazioni interpersonali, intese come interazioni non meramente strumentali, e l'influenza delle relazioni interpersonali sulla qualità dello sviluppo economico di una determinata comunità.

Riteniamo una sfida interessante l'elaborazione di una definizione psicologica di bene relazionale, per giungere ad una teorizzazione multidisciplinare sull'argomento e per tentare di apportare, in tal modo, un contributo all'ancora attuale dibattito nel settore economico. A tal fine riteniamo possa essere importante prendere in considerazione le caratteristiche basilari di tale tipologia di beni (cfr Bruni, 2007) riflettendo su ciascun termine impiegato secondo un'accezione totalmente o parzialmente distante dal significato che la stessa parola possa assumere in una prospettiva di pensiero di matrice psicologica. Considerando prima fra tutte l'*identità*: con tale termine, si fa riferimento alla possibilità fondamentale per ciascun soggetto di distinguere e confrontare differenze e somiglianze fra sé e l'altro, venendo a contatto con pensieri ed emozioni propri ed altrui, e sapendo distinguere ciò che appartiene all'uno e cosa all'altro, mediante la sostituzione dell'*agito emozionale* con un *pensiero emozionato* (Carli, Paniccia, 2003). La dimensione della *reciprocità* d'altra parte, caratterizza la relazione con l'altro fondata sullo

scambio e sulla costante negoziazione di significati condivisi, in cui nulla è *già noto*, ma, al contrario, tutto da conoscere e definire (*ibidem*). Il bene relazionale può essere fruito solo nell'*immediatezza* della relazione stessa: la dimensione affettivo-comunicazionale dell'incontro fra due o più persone sfugge infatti a qualsiasi tentativo di controllo, legato ad attese ed aspettative (comunque presenti), avendo origine dall'esperienza di contatto tra due e più soggettività, ciascuna portatrice del proprio universo simbolico-affettivo. L'incontro autentico con l'altro, fondato su un reciproco scambio di vissuti ed emozioni e finalizzato alla costruzione di un legame, consente ad ogni individuo di soddisfare i *bisogni* di *appartenenza* e di *stima* (Maslow, 1954), attribuendo, pertanto, un valore intrinseco alla relazione stessa che diventa, allo stesso tempo, meta e mezzo per la soddisfazione di tali bisogni.

La relazione, quindi, porta un bene con sé, emergente *dall'incontro con l'altro*, da quella dimensione terza del *tra* (Buber, 1954) intesa quale realtà che istituisce sia l'io che il Tu, ma che al contempo si configura anche quale luogo stesso della relazione, contribuendo inoltre alla soddisfazione di bisogni fondamentali per l'uomo e assurgendo a motore essenziale per la costruzione di legami. La relazione induce pertanto un bene, che in quanto tale ha un suo valore, che non può essere tradotto o espresso in termini utilitaristici o monetari, e del quale si può godere solo quando si viene a creare, emergendo nell'incontro con l'altro in maniera assolutamente disinteressata e scevra da intenti secondari o strumentali.

Il bene relazionale è pertanto l'esito dell'incontro *autentico* con l'altro, che consente a ciascuno dei soggetti coinvolti di implementare la percezione soggettiva di benessere sociale, attraverso il soddisfacimento dei bisogni di appartenenza e di riconoscimento. Il bene relazionale non coincide meramente con l'incontro-scambio con l'altro, ma ne rappresenta il valore aggiunto che i soggetti

partecipanti sperimentano nel *qui e ora* e che portano con sé al termine dell'interazione; un valore aggiunto che può realizzarsi solo quando ci si avvicina all'altro con il genuino interesse di comprenderlo nella sua diversità, senza costrizioni in schemi e rappresentazioni già note e rassicuranti. Un incontro con la diversità, dunque, che non svuota di significato le identità dei soggetti coinvolti, ma che ne rafforza le dimensioni fondanti, mediante lo scambio dialettico fatto di riconoscimenti e confronti. Uno scambio che ha delle inevitabili ricadute sulla percezione della qualità della vita all'interno del contesto in cui prende forma e che contribuisce alla diffusione di un senso di benessere sociale percepito in contesti sempre più ampi. Riteniamo possa essere importante sviluppare la nostra riflessione nei prossimi paragrafi tentando di contestualizzare tali ipotesi teoriche entro la cornice del dispositivo di gruppo di formazione di medio formato.

Gruppi mediani di formazione e beni relazionali

Il gruppo consente di esperire un particolare modo di essere: l'essere con gli altri. Esso, utilizzando le parole di Carli e Paniccia (1999) appartiene a una categoria di strumenti, che potremmo definire *strumenti-relazione*, i quali non possono essere presenti indipendentemente dal loro uso. «Il gruppo di formazione può utilmente essere definito come una possibilità di esperire e superare la catastrofe del mondano, ossia come luogo intersoggettivo che fonda la possibilità di un (nuovo e più aperto) orizzonte culturale» (Profita, Ruvolo, Lo Mauro, 2007, p. 59).

D'altra parte, il gruppo di formazione a vertice gruppoanalitico rappresenta un dispositivo ormai ampiamente sperimentato (Ibidem), che si pone come obiettivo principale "l'acquisizione di competenze relazionali e professionali", rendendo possibile un apprendimento relazionale, una maturazione affettiva, emotiva e cognitiva personale

ed interpersonale (Lo Verso, Di Maria, 2002). L'esperienza vissuta all'interno di un tale dispositivo, costituisce un momento di riflessione e ri-elaborazione della propria rete di significazione, che permette di avvicinarsi agli aspetti più profondi del sé, e di riflettere sul livello interpersonale delle dinamiche psicologiche agite.

Favorendo questo processo di rimodulazione e riconfigurazione delle proprie modalità di entrare in relazione, e consentendo una nuova connessione tra piani di esperienza di sé, della propria storia familiare, relazionale e culturale, il setting mediano assurge a luogo elettivo per l'accrescimento della capacità di sviluppare in contesti altri i beni relazionali. Il gruppo di formazione consente, infatti, di esperire e attraversare, in un luogo protetto, le proprie matrici e codici relazionali, facendosi "toccare" e "toccando" reciprocamente le emozioni proprie e altrui, nel dinamico gioco di risonanze e rispecchiamenti che connota il fluire dell'esperienza formativa di gruppo. Dall'esperienza soggettiva di riconoscimento e di autenticità, esperita mediante il transito attraverso spazi di riflessione e di riconoscimento delle proprie esigenze e limiti, l'individuo, presumibilmente, acquisirà competenze relazionali che gli permetteranno di migliorare la sua dimensione quotidiana del vivere in rapporto con l'altro. Nel processo dialogico collettivo di mentalizzazione, «il contesto del gruppo fornisce i temi culturali intorno a cui gli individui sono chiamati (spinti dai loro vissuti) a pensare» (Profita, Ruvolo, Lo Mauro, 2007, p: 124). Si tratta di temi potenzialmente infiniti che, in relazione alle caratteristiche specifiche e storiche del gruppo si concretizzano di volta in volta su specifici contenuti, la cui elaborazione rende l'esperienza del gruppo generativa, trasformativa ed efficace nel produrre un *saper essere* e, in definitiva, un cambiamento psichico come esito delle relazioni in atto nel dispositivo del gruppo (*ibidem*).

Categorie osservabili nei gruppi di formazione

Nel lavoro di approfondimento teorico, svolto dal nostro gruppo di ricerca, sui beni relazionali e sui contesti nei quali questi possono emergere e osservarsi, si è cercato di pervenire ad una definizione di questi fenomeni attraverso l'identificazione di indicatori di tipo psicologico (cfr: Di Paola et al., 2009; Mignosi et al, 2009). Si tratta di una necessità nata dal bisogno di "tradurre" in termini meno economici un argomento così sfuggivo, cercando di completare l'opera di avvicinamento, il "ponte fra due discorsi" ipotizzato da F. Dalal (2004), fra il campo di interesse dell'economia e quello della psicologia. Si tratta dunque di un tentativo operativo, che prende le mosse dalle recenti teorie economiche: in esse appare sempre più evidente infatti quanto la simmetria imposta nello scambio liberista induca all'anonimato e impedisca la relazione intersoggettiva. Ciò renderebbe tabù la condizione di dono e di debito, producendo un sistema impersonale, un'interfaccia attraverso la quale il commercio, lo scambio, non avvengono più fra soggetti, ma fra gruppi economici privi di soggettività, mediante metodologie standardizzate, ideate per ridurre al minimo il fattore umano-affettivo, favorendo in tal modo l'equilibrio scientifico, asettico dello scambio (Cfr Bruni, 2007).

Lo studio delle caratteristiche dei beni relazionali nei contesti gruppali formativi ha consentito l'individuazione ed elaborazione di alcune *categorie osservabili*, rintracciabili all'interno di setting gruppali formativi. Tali categorie sono state individuate a partire dal tentativo di sintesi effettuato fra il modello relazionale, sotteso alla conduzione dei gruppi, e le recenti teorizzazioni di Bruni (2006) sulle caratteristiche dei beni relazionali. Si tratta di un argomento che si colloca in un terreno comune, delimitato dal dialogo tra economisti e psicologi, e nel quale l'interesse principale è l'interazione umana nei suoi risvolti economico-affettivi. Per rispondere all'esigenza di elaborare un modello psicologico riferito ad una concettualizzazione

proposta all'interno dell'accesso dibattito in ambito economico, riteniamo che passaggio fondamentale possa essere la riflessione sui possibili esiti osservabili, nel contesto dei setting gruppali, originati dalle modalità di scambio fra soggetti, connotata da una comunicazione che trascende il piano reale del *qui ed ora* per spostarsi su di un piano più universale.

Le quattro categorie osservabili pensate per identificare l'emergere dei beni relazionali nei gruppi formativi possono essere utilizzate per l'avvio di una riflessione che porti alla costruzione di un impianto metodologico e di appositi strumenti quali-quantitativi cui far ricorso, ai fini dell'osservazione delle dinamiche gruppali, dal ricercatore che desidera analizzare il modello di lettura qui proposto in riferimento alla concettualizzazione di bene relazionale. L'attenta analisi delle suddette categorie può costituire un importante ausilio per la costruzione di strumenti di ricerca quali, ad esempio, griglie osservative, che consentano l'identificazione dei modelli comportamentali che connotano il divenire dell'esperienza relazionale nei gruppi di formazione. Le categorie osservabili proposte sono infatti pensate per un lavoro qualitativo di analisi dei dati ricavabili dai trascritti degli incontri, dai report degli osservatori e dei partecipanti e da eventuali indagini condotte in fase conclusiva e di follow-up (mediante interviste o questionari).

La prima categoria osservabile, definita **Confronto Sé/altro**, riguarda i confini del Sé che emergono dalla comunicazione in gruppo. La piena consapevolezza soggettiva costituisce la precondizione fondamentale per il dono all'altro, nella misura in cui confini identitari deboli impedirebbero un'adeguata sintonizzazione emotiva. La chiarezza delle appartenenze delle emozioni in gioco consente alle parti una certa concertazione affettiva e limita l'emergere di dinamiche proiettive inconsapevoli, che ostacolerebbero l'incontro autentico con l'altro. I comportamenti e le dinamiche

osservabili in gruppo ed appartenenti a tale categoria attengono all'analisi della comunicazione in termini di chiarezza delle soggettività coinvolte e di disponibilità al confronto intersoggettivo.

La seconda categoria è il **Riconoscimento della relazione come risorsa** in sé, che trascende il compito e la cornice istituzionale nella quale essa si sviluppa. Come tale, la relazione fra i soggetti non più esclusivamente mossa da intenti strumentali, diviene il luogo nel quale è possibile donare gratuitamente³ una parte della propria esperienza e quindi di sé. Il dono gratuito diventa possibilità di scambio dell'esperienza e di crescita della consapevolezza di sé e degli altri.

La terza categoria, denominata **Scambio di significati e negoziazione**, fa riferimento alla dinamica dello scambio che caratterizza l'incontro con l'altro in cui gli agiti emozionali sono sostituiti da un pensiero emozionato, fondato su un arricchimento continuo e reciproco di informazioni e significati fra gli attori sociali coinvolti, contrapponendosi alla staticità di una conoscenza di sé e dell'altro, già data e definita a priori (Carli, Paniccia, 2003). La negoziazione di significati e visioni della realtà, rappresenta pertanto, entro il gruppo di formazione, il momento di svolta in cui si abbandonano i difensivi modelli di interpretazione e di interazione con l'altro, per approdare ad una conoscenza autentica di se stessi e dei propri interlocutori, dove nulla è *già noto*, ma tutto è da conoscere e negoziare.

Infine, la quarta categoria è stata definita **Senso di Noità**, ed attiene alla dimensione gruppale dell'esperienza del dono fra partecipanti. L'esperienza relazionale vissuta nel gruppo favorisce il transito dal punto di vista soggettivo a quello multipersonale. Questo passaggio è

³ Il concetto di dono e di gratuità diventa indispensabile nella comprensione di questo passaggio: per una contestualizzazione del modello di studio dei concetti di dono e di gratuità si rimanda ai lavori di Mauss (2002).

segnato dalla comparsa di un modo di pensare che chiamiamo *pensiero duale*, «ovvero porci nella condizione di ragionare secondo il duplice schema di riferimento di chi trasmette e di chi riceve» (Spaltro, 1977). La noità non è dunque solo un vertice osservativo per segnare il passaggio da una visione autocentrata ad una gruppale, ma rappresenta anche il definitivo abbandono di ogni diffidenza dell'altro, per acquisire la consapevolezza che i propri bisogni e quelli degli altri, che possono essere soddisfatti attraverso il dono di se stessi e della propria esperienza. Questa modalità di pensiero può essere intesa come capacità di cogliere similitudini e, soprattutto, differenze nel modo in cui l'esperienza della realtà è data, e di sapere integrare queste informazioni fra di loro per potere accedere ad una dimensione più profonda dell'incontro con l'altro. L'esperire l'altro come elemento attivo e presente nella realtà con la quale ci si relaziona in gruppo è il passaggio fondamentale perché i soggetti possano davvero trarre dalla relazione nuove consapevolezze.

Conclusioni e possibili sviluppi

Al termine del percorso di riflessione da noi seguito fino a questo punto, vorremmo ricordare quanto proposto da studiosi quali Hopper (1994) e Foulkes nel loro tentativo di leggere le dinamiche che agiscono all'interno dei gruppi e le ricadute di queste sugli individui come possibilità di comprensione del legame tra processi di gruppo, dinamiche politiche e vita psichica. I dispositivi gruppali consentono l'accesso, lo svelamento e l'attraversamento di tali dimensioni per consegnarle al mondo della trasformabilità: *"pensare di gruppo, in definitiva, come azione, interpretazione, trasformazione* dei processi di comunicazione e di scambio che rendono possibile il *legame* e la *convivenza* (Di Maria in Profita, Ruvolo, Lo Mauro, 2007, p. 222).

Infine, continuando a sostare all'interno della, di certo arricchente,

prospettiva della "fertilizzazione incrociata" (Hinshelwood, 1987 cit. in Lo Verso, 1994), dell'ottica della complessità che sottende la possibilità di cogliere gli oggetti della conoscenza attraverso i loro molteplici vertici di osservazione e con l'auspicio che una reale conoscenza debba necessariamente travalicare i limiti arbitrariamente imposti ai differenti ambiti del sapere che hanno tutti per oggetto di interesse l'agire umano, ci sembra interessante rivolgere uno sguardo alle recentissime ricerche condotte dal neurobiologo Damasio (2003). Tali ricerche dimostrano che «l'esperienza della gioia e della felicità attiva dei processi cerebrali che ci danno una inequivocabile sensazione di benessere e di pienezza; mentre le esperienze di dolore generano effetti opposti e malsani che interferiscono sulla salute stessa del nostro organismo...recenti osservazioni confermerebbero che il *comportamento umano cooperativo* [corsivo nostro] impegna i sistemi cerebrali legati ai meccanismi del piacere e della ricompensa» (Ibidem, p: 210). Da ciò si desume che i sistemi regolatori del cervello umano non sono autonomi e autoreferenziali ma si pongono in stretta connessione con la "qualità" delle relazioni, con la "regolazione" della nostra vita sociale e personale. Tuttavia mentre i dispositivi regolatori del cervello si sono perfezionati lungo milioni di anni di evoluzione biologica, quelli che riguardano l'organizzazione della società e della vita politica ed economica esistono soltanto da qualche migliaio di anni e devono ancora migliorare.

Gli individui sono dunque chiamati alla prosecuzione e alla promozione di un tale miglioramento. La natura umana non ha un piano per promuovere la piena espressione degli esseri umani: solo quest'ultimi, d'altra parte, possono svolgere un ruolo fondamentale nel mettere a punto tale pianificazione.

Bibliografia

- Antoci A., Sacco P., Vanin P.**, (2002), *Il rischio dell'impoverimento sociale nelle economie avanzate*, Il Mulino, Bologna.
- Borzaga, C.** (2000), *Capitale umano e qualità del lavoro nei servizi sociali*, Fondazione italiana per il volontariato, Roma.
- Bruni L.**, (1997), *"Principio economico" e "fenomeno economico" nel pensiero di Pantaleoni e Pareto. Uno studio sulla razionalità economica: 1889-1899*, (in corso di pubblicazione) su *"Rivista Italiana di Scienze Sociali"*.
- Bruni L.**, (2006), *Reciprocità*, Mondadori, Milano.
- Bruni L.**, (2007), *La ferita dell'altro. Economia e relazioni umane*, Il Margine, Trento.
- Buber, M.** (1954), *Il principio dialogico*, Edizioni San Paolo, Cinisello Balsamo (1993)
- Carli, R., Paniccia, R.M.** (1999), *Psicologia della formazione*. Il Mulino, Bologna.
- Carli R. , Paniccia R. M.**, (2003), *Analisi della domanda. Teoria e tecnica dell'intervento in psicologia clinica*, Il Mulino, Bologna.
- Dalal F.**, (2004), *Bridge Building Between Two Discourses: The Economic And The Groupanalytic*, *Group Analysis*, 37, 1 , 33-44.
- Damasio, A.**(2003), *Alla ricerca di Spinoza. Emozioni, sentimenti e cervello*. Adelphi, Milano.
- De Biase L.**, (2007), *Economia della felicità. Dalla blogosfera al valore del dono e oltre*, Feltrinelli, Milano.
- Di Paola et al** (in Press)
- Hopper, E.** (1994), "Il tempo del cambiamento". In Di Maria, F., Lavanco, G.. (a cura di), *Nel nome del gruppo. Gruppoanalisi e società*. Franco Angeli, Milano, pp. 22-39.
- Lo Verso, G.** (1994), *Le relazioni soggettuali*. Fondazione della

psicologia dinamica e clinica. Bollati Boringhieri, Torino.

Lo Verso, G., Di Maria, F. (2002), Gruppi. Metodi e strumenti.

Raffaello Cortina Editore, Milano

Maslow A. H. , (1954), *Motivation and personality*, Harper, New York.

Mauss M., (2002), *Saggio sul dono*, Einaudi, Torino.

Mignosi et al (in Press)

Profita G., Ruvolo G., Lo Mauro V., (2007), Transiti psichici e culturali, Raffaello Cortina Editore.

Sacco P., Zamagni S.,(2006), *Teoria economica e relazioni interpersonali*, Il Mulino, Bologna.

Smith, A.(1759), *The theory of moral sentiments*, Londra.

Spaltro E., (1977), *Il Check-up organizzativo*, Etas, Milano

Uhlaner C. J. , (1989), Relational goods and participation. Incorporating sociality into a theory of rational action, *Public choice*, n. 62, pp. 253-285.