

## **SUL FONDAMENTO E SUL SIGNIFICATO DELL'ESPERIENZA DI «ECONOMIA DI COMUNIONE»**

In questa nota cercherò di dare risposta ad un duplice interrogativo. Da un lato, quale è l'elemento caratterizzante e quindi la funzione peculiare del modello di Economia di Comunione (EdC) in società di tipo post-industriale come sono quelle attuali? Dall'altro lato, quali sfide l'esperienza esaltante di EdC va ponendo alla teoria economica standard e, più in generale, alla scienza economica come scienza sociale? Non mi occuperò, invece, per ovvie ragioni di spazio, né di delucidare il modo in cui operano le imprese che aderiscono al progetto di cui qui si parla – altri diranno di ciò in questo stesso numero della Rivista. Né mi preoccupero di rintracciare il fondamento teologico di tale esperienza, anche se si tratta di riflessione che va fatta con urgenza e condotta con coraggio. Non si può, infatti, pensare che l'EdC rappresenti un semplice frutto dello stadio di maturità raggiunto dal Movimento dei Focolari. Ciò sarebbe un modo veramente riduttivo di leggere questo intrigante «segno dei tempi».

1. Prima di rispondere agli interrogativi sollevati, ritengo opportuno sgomberare il campo da un grosso equivoco, quello che tende a identificare o meglio a confondere la gratuità con la reciprocità. Per chiarirne la differenza profonda, conviene riferirsi ad un ambito specifico, quello del volontariato, dove tale confusione tende a generare le più gravi conseguenze. Come è noto, è opinione diffusissima tra gli «addetti ai lavori» quella secondo cui il valore fondativo dell'azione volontaria starebbe nella gratuità. La mia posizione al riguardo, invece, è che se è vero che la gra-

tuità qualifica il *modus operandi* del volontariato, ciò che lo contraddistingue e lo differenzia da altre forme di azione umana è la produzione di valori di legame sociale. In tal modo, il fine proprio dell'azione volontaria è la generazione di forti nessi di relazionalità tra uomini; il suo metodo, cioè il modo di conseguire quel fine, è la gratuità.

Perché la distinzione tra «fine» e «metodo» è importante? <sup>1</sup>.

Per tre ragioni principali. In primo luogo, se riducessimo l'essenza del volontariato alla sola gratuità, come distinguerlo dalla filantropia? Anche il filantropo cede gratuitamente, cioè dona, ad altri. Ma gesti del genere quasi mai generano relazionalità in senso proprio. Infatti, la filantropia, al pari dell'altruismo, è virtù perfettamente compatibile con l'individualismo assiologico. Il problema di tante forme di altruismo che vediamo all'opera nella nostra esperienza quotidiana è quello di essere un *altruismo senza l'altro*. Donde il rischio di effetti perversi come ci ricorda Seneca nella X lettera a Lucilio: «La pazzia umana è arrivata al punto che fare grandi favori a qualcuno diventa pericolosissimo: costui, infatti, perché ritiene vergognoso non ricambiare, vorrebbe togliere di mezzo il suo creditore. Non c'è odio più funesto di quello che nasce dalla vergogna di aver tradito un beneficio».

Ciò mi introduce alla seconda ragione. Se riducessimo l'azione volontaria all'azione gratuita, mai saremmo in grado di valorizzare appieno lo specifico valore aggiunto della prima. Ciò che connota di sé l'azione volontaria è che le «pratiche di cura» in cui si manifesta la cultura del dare vengono realizzate non solo *per* gli altri ma *con* gli altri. Anche i delfini – ci viene detto – vanno in aiuto, gratuitamente, di animali appartenenti a specie differenti. Ma ciò non costituisce relazionalità, perché quest'ultima postula la presa in considerazione dell'identità personale dell'altro. Invero, cosa cercano, ultimamente, gli uomini quando stabiliscono una relazione di aiuto tra loro? In buona sostanza, cercano di creare e di consolidare reti di fiducia. Si rammenti che la radice

<sup>1</sup> Mi sono soffermato su tale questione nel mio *Il volontariato tra reciprocità e gratuità*, in «Rivista del Volontariato» 1, 1999.

latina di fiducia è la stessa di *fides*, che significa «corda», «legame» che unisce due enti.

La terza ragione, infine, è che se riducessimo il volontariato a mero «gratuitato» non sapremmo più su cosa far leva per produrre i beni relazionali – i quali, si badi, sono beni veri e propri e che in quanto tali definiscono lo «star bene» delle persone<sup>2</sup>. Come ci ricorda A. Margalit, la «società decente» è quella le cui istituzioni (economiche e sociali) non umiliano i suoi membri, sottraendo o negando loro la dignità umana<sup>3</sup>. Ecco perché non basta dare – pure gratuitamente – se ciò crea *dipendenza* in chi riceve. Quel che in più si richiede è che l'atto del dare ponga le premesse o crei le condizioni affinché chi riceve sia messo in grado di manifestare la sua libera determinazione a stare nella relazione. Consentire a chi ha ricevuto il dono di manifestare riconoscenza – in qualche modo e in qualche tempo – equivale allora a credere alla libertà dell'altro. È così che il dono perde i suoi risvolti ambigui, generando legami di condivisione, cioè comunione.

È per queste ragioni che, in altra sede, ho scritto che il principio di reciprocità – che nulla ha a che vedere con il principio dello scambio di equivalenti – è più cogente del principio di gratuità come principio atto a consentirci di identificare la natura profonda dell'azione volontaria<sup>4</sup>. Più cogente nel senso che il primo principio include il secondo, mentre non è vero il contrario. Eppure, un'affermazione del genere solleva perplessità o addirittura obiezioni. Perché? La risposta che più mi convince è che la nostra cultura è talmente imbevuta di vetero-economicismo che ogni volta che sentiamo parlare di relazione biunivoca tra due o più soggetti siamo portati a leggervi un rapporto di scambio di equivalenti, come è quello che governa le usuali relazioni di mercato: ti do qualcosa o ti fornisco un servizio e tu mi darai subito oppure successivamente il controvalore in denaro oppure in natu-

<sup>2</sup> Sul concetto di *beni relazionali* cf. B. Gui, *Interpersonal relations. A disregarded theme in the debate on ethics and economics*, in A. Lewis e K.E. Warne dryd (a cura di), «Ethics and Economic Affairs», London 1994.

<sup>3</sup> Cf. A. Margalit, *La società decente*, Milano 1998.

<sup>4</sup> S. Zamagni, *Stato sociale e economia civile: perché è riduttivo parlare di terzo settore*, in «Quale stato» 2, 1999.

ra. Con il che si finisce, pari pari, nelle braccia dello scettico, secondo cui l'altruismo puro non esiste, perché non può esistere. Nietzsche condensa in un passo folgorante questa situazione quando scrive: «Il vostro vicino loda l'assenza di egoismo perché ne trae un vantaggio».

2. Ciò precisato, passo al primo interrogativo posto in apertura. A me pare che il significato dirompente dell'esperienza di EdC sia quello di svelare la falsità della rappresentazione corrente delle nostre società di mercato che il pensiero unico della «one best way» ci propone con martellante insistenza. In breve, si tratta di questo. Se nelle società tradizionali sono le norme sociali – qui intese in senso molto ampio – che unitamente alle norme legali valgono a regolare l'interazione economica tra soggetti, nelle società moderne sono piuttosto le forze della competizione a prevalere e ciò nella misura in cui tali forze finiscono con l'erodere gli spazi di attività economica governati da convenzioni e norme sociali. Questa rappresentazione congettura, pertanto, che con l'andare del tempo la sfera delle relazioni economiche risulterà sempre più regolata dalla sola logica della competizione quale viene descritta in tutti i libri di testo di economia; quanto a dire che il processo di evoluzione culturale tende inesorabilmente a sostituire le leggi del mercato a tutto ciò che coinvolge relazioni interpersonali. Naturalmente, si ammette – dai cultori del pensiero unico – che tale sostituzione non potrà mai essere completa e ciò nel senso che vi saranno sempre attività economiche che non potranno essere mediate dalle sole regole del mercato. Si tratta di tutte quelle attività che costituiscono il settore non-profit, o meglio il terzo settore. Ma si tratterà pur sempre di una sfera di relazioni residuale, di scarsa rilevanza quantitativa e comunque tale da non incrinare la logica di funzionamento della competizione: di un terzo settore, appunto.

Grave la conseguenza che è derivata da questo modo schizoidi di rappresentazione della realtà economica: il mercato viene identificato con il luogo idealtípico in cui chi vi opera è motivato all'azione dal solo interesse proprio (*self-interest*), non importa se egoistico oppure altruistico. (Come «dimostra» – si fa per dire – Gary Becker, l'altruismo non è altro che un egoismo mascherato

ovvero un egoismo illuminato!). Con il che si è andato diffondendo il convincimento in base al quale l'unico giudizio di valore che il mercato è in grado di sopportare è quello di efficienza, inteso come giudizio di adeguatezza dei mezzi rispetto al fine della massima realizzazione possibile degli interessi di chi vi partecipa. Per simmetria a ciò, si è imposta una concezione dello Stato come luogo idealtipico degli interessi collettivi, cioè come luogo del «pubblico» ovvero della solidarietà.

Ebbene, l'esperienza di EdC contraddice questo modello dicotomico di ordine sociale, perché mostra, nei fatti, che è possibile servirsi del mercato come mezzo per conseguire obiettivi di natura pubblica. Più esattamente, è possibile utilizzare il mercato non solo per produrre in modo efficiente ricchezza ma anche per redistribuirla secondo un qualche canone di equità. Si badi che è tuttora prevalente nella nostra cultura il pensiero secondo cui lo Stato è l'unica istituzione cui spetta il compito della ridistribuzione. Tanto è vero che la ridistribuzione continua ad essere definita come il principio secondo cui la produzione è consegnata ad una autorità che ha la responsabilità poi di distribuirla. Il che presuppone un'autorità e una divisione dei compiti tra i rappresentanti di questa autorità e coloro che hanno generato quella produzione. Quanto l'EdC ci dice è che il mercato, sotto una condizione ben precisa, può diventare strumento per rafforzare il vincolo sociale, favorendo sia la promozione di pratiche di distribuzione della ricchezza che si servono dei suoi meccanismi (anziché operare al di fuori di essi o contro essi) sia la creazione di uno spazio economico in cui sia possibile rigenerare quei valori (quali fiducia, simpatia, benevolenza) dalla cui esistenza il mercato stesso dipende.

La condizione cui faccio riferimento è che possa affermarsi *entro* il mercato (e non accanto o al di fuori del mercato), fino a raggiungere il livello della massa critica, un «gruppo» di soggetti economici la cui origine è nel riferimento a un legame sociale che si mantiene attraverso la realizzazione di una attività economica. Poiché la partecipazione a tale attività non può essere separata dal legame sociale che l'ha motivata, essa rientra in quel principio di comportamento economico che è la reciprocità. L'aspetto essenziale della reciprocità, così come questa viene realizzata dal-

l'EdC, è che i trasferimenti sono indissociabili dai rapporti umani. Vale a dire, gli oggetti degli scambi non sono staccati da coloro che li pongono in essere e quindi lo scambio che si realizza nel mercato cessa di essere anonimo e impersonale.

Si pone la domanda: come mai la teoria economica dominante mai ha considerato che potesse esistere e funzionare un simile spazio economico? Al di là di interessi di parte e di ottusità mentali di vario genere, ritengo che una risposta plausibile chiami in causa una duplice aporia a livello dei suoi fondamenti. Primo, non è vero – come invece si continua a leggere – che le preferenze il cui soddisfacimento il soggetto economico cerca di massimizzare sul mercato hanno per oggetto esclusivamente i beni che entrano nel suo insieme di scelta. Anche il modo in cui gli oggetti «scelti vengono scelti» ha rilevanza per le persone, le quali attribuiscono valore anche alla possibilità di agire – cioè di scegliere – in base alle proprie convinzioni morali e religiose. Posso bensì giudicare l'opzione x superiore, in base al mio ordinamento preferenziale, all'opzione y – ad esempio, perché x contiene quantità maggiori di beni di y – ma se l'accoglimento di x contrastasse con le mie convinzioni personali, le quali sono, a loro volta il risultato di esperienze pregresse o del sistema di valori cui sono stato educato, potrei decidermi per y. Tener conto di ciò, significa rifiutare, in buona sostanza, il celebre postulato secondo cui «goods are goods», vale a dire l'idea secondo cui il più sempre coincide con il meglio. Noi sappiamo che così non è, almeno tutte le volte in cui oggetto di preferenza sono anche gli *atti di scelta* e non solo le cose scelte<sup>5</sup>. Non è affatto irrilevante per il consumatore conoscere la provenienza dei beni e servizi che consuma; né è per lui irrilevante conoscere le modalità delle loro forniture.

Il secondo errore è quello di credere che sostrato normativo (cioè il quadro di norme giuridiche), cultura (cioè il sistema di valori condivisi dalle persone) e competizione (cioè l'insieme delle regole di mercato) vadano considerati come strumenti alternativi per risol-

<sup>5</sup> Su ciò si veda A. Sen, *Maximization and the act of choice*, in «Econometrica» 65, 4 (luglio 1997), pp. 745-779.

vere i problemi dell'ordine sociale e, in particolare, del coordinamento delle decisioni economiche. Al contrario, si tratta di strumenti complementari e ciò per la fondamentale ragione che se è vero che le transazioni di mercato dipendono dalle norme sociali e legali prevalenti in un determinato contesto, è del pari vero che il processo economico tende a modificare endogenamente quelle norme. C'è dunque *coevoluzione* tra comportamenti economici effettivi e mutamenti delle regole del gioco economico, una coevoluzione che la scienza economica ufficiale non ha (quasi) mai voluto prendere in seria considerazione, preferendo postulare – contro ogni evidenza empirica – che gli esiti di mercato dipendono dal solo interesse egocentrico di coloro che vi prendono parte. Come dire che il mercato è una istituzione compatibile *soltanto* con la motivazione egocentrica dei suoi attori; mentre sappiamo che il mercato è compatibile con culture diverse, come appunto l'EdC dimostra a tutto tondo.

3. Mi occupo, ora, del secondo interrogativo indicato all'inizio di questa nota. Se colgo nel segno, la sfida formidabile alla teoria economica ortodossa che l'EdC pone, per il solo fatto di esistere, può essere compresa appieno se si riflette sul senso della celebre congettura di George Stigler, premio Nobel per l'economia e co-fondatore della celebre scuola di Chicago: «Mi si lasci predire il risultato della verifica sistematica e accurata del comportamento umano in situazione in cui self-interest e valori etici sono in conflitto. Molto spesso, in effetti nella gran parte dei casi, la teoria del self-interest vince». Ora, a prescindere dalla «svista» che tale passo denuncia – contrapporre interesse proprio a valori etici equivale ad ammettere che chi difende i propri interessi è un immorale; eppure, la massima evangelica ci intima: «Ama il prossimo tuo *come* te stesso» e non «contro te stesso» – resta il fatto che quella congettura è ampiamente falsificata, come un'abbondante letteratura di economia sperimentale ormai documenta<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Si veda, per tutti, E. Fehr e S. Gächter, *Reciprocity and economics: the economic implications of Homo reciprocans*, in «European Economic Review» 42, 1998.

La portata della sfida di cui dicevo può essere resa nei termini dei seguenti interrogativi. Supponendo, per comodità, che sul mercato operino due soli tipi di soggetti – quelli motivati dal solo self-interest e quelli che praticano la reciprocità – come questi interagiscono tra loro? Ad esempio, nei casi di fornitura volontaria (o privata) di beni pubblici, l'interazione dei due tipi di soggetti conduce al free-riding generalizzato oppure è vero che l'esistenza di agenti reciprocanti può indurre gli agenti autointeressati a comportarsi come se non fossero tali, sia pure per ragioni egocentriche?

In secondo luogo in quali circostanze sono i soggetti reciprocanti a plasmare il risultato finale a livello di sistema economico – quello che gli economisti chiamano l'equilibrio aggregato – e in quali altre circostanze lo sono i soggetti autointeressati? Ad esempio, già sappiamo che se i contratti fossero sempre e tutti completi il risultato finale esibirebbe proprietà del tutto simili a quelle che si otterrebbero in una economia caratterizzata dalla presenza di soli agenti autointeressati. Viceversa, quando i contratti sono incompleti – il che corrisponde alla stragrande maggioranza dei casi nelle nostre economie – è il comportamento reciprocente degli agenti a produrre risultati efficienti (di *first best*).

Terzo, quando sul mercato operano tipi diversi di agenti, quale è il ruolo delle istituzioni economiche? È noto che sono le istituzioni a definire le regole dell'interazione tra soggetti. Si pensi alle istituzioni che presiedono al funzionamento del mercato del lavoro, del mercato del credito, del mercato delle imprese e così via. Se su questi mercati intervengono soggetti autointeressati e soggetti reciprocenti e se le regole del gioco economico non sono mai, per loro natura, neutrali, cioè indifferenti rispetto alla motivazione che muove all'azione i singoli, è chiaro che si pone un problema di disegno dell'assetto economico istituzionale. Quest'ultimo deve essere tale da privilegiare, cioè favorire l'operato economico dell'un tipo o dell'altro di soggetti? Poiché non esiste un criterio incontrovertibile sulla cui base stabilire se l'assunto antropologico dell'*homo oeconomicus* meriti più attenzione e più dignità scientifica dell'assunto dell'*homo reciprocans*, è evidente che la dinamica evolutiva delle nostre società dipenderà dal modo in cui, nella proget-

tazione dell'assetto istituzionale, sapremo far coesistere entrambe le forme di azione economica.

Per dirla in altro modo, poiché le motivazioni che stanno a fondamento dell'esperienza di EdC sono motivazioni la cui gratificazione è (almeno) altrettanto legittima di quella delle motivazioni auto-interessate, la società autenticamente liberale non può impedire a priori, forgiando un determinato assetto istituzionale, la crescita e la diffusione delle prime ad esclusivo vantaggio delle seconde, come oggi sta stoltamente avvenendo. Se manca la competizione effettiva tra soggetti diversi di offerta delle varie categorie di beni e soprattutto tra modi diversi di interpretare e realizzare l'attività economica è il cittadino a vedersi ridotta la propria sfera di libertà. La libertà, infatti, non è solo auto-determinazione – il «free to choose» di cui ha parlato a lungo M. Friedman –; è soprattutto autorealizzazione, cioè opportunità concreta che ogni persona ha di impostare il proprio piano di vita – ivi compreso il piano economico – in modo coerente con i valori cui crede e che intende testimoniare. Non solo la libertà deve tener conto dell'altrui libertà – come pur riconosce il pensiero liberal-individualista – ma essa ha un bisogno costitutivo dell'altro. È il rapporto con l'altro, infatti, che è costitutivo della libertà, non l'essere in rapporto con altri, di per sé.

4. Vado a chiudere. Che tipo di economia deve avere una «società decente», una società cioè le cui istituzioni non umiliano i cittadini, distribuendo loro, magari gratuitamente, volumi crescenti di beni e servizi ma negando loro la possibilità di autorealizzarsi? Un'economia nella quale entrambi i principi, quello di reciprocità e quello dello scambio di equivalenti, trovino lo spazio di esprimersi liberamente, senza che i sostenitori del principio di reciprocità debbano sentirsi costretti a reclamare per sé non più di una nicchia; come se dovessero giustificare la propria eccezione rispetto al primato naturale e storico del self-interest. Nella sua straordinaria complessità comportamentale l'uomo può essere guidato da una grande varietà di configurazioni motivazionali. La *performance* di una società di mercato dipenderà allora dalla sua capacità di far leva sulle motivazioni individuali «migliori»,

educando, secondo un approccio epidemiologico, i soggetti economici a cercare, allo stesso tempo, il maggiore benessere per sé e per l'altro attraverso la pratica ricorrente dell'interazione sociale come valore in sé e non meramente come strumento per il raggiungimento di vantaggi individuali.

Ogni ricerca implica responsabilità e rischi. Nelle scienze sociali, responsabilità e rischi sono, in primo luogo, morali e politici. L'organizzazione economica della nostra società occidentale si basa su una ben nota teoria economica e fa del suo carattere scientifico un motivo di legittimazione. Da sempre, nel bene e nel male, la scienza guida l'azione. Occorre dunque vigilare. La scienza economica moderna ha avuto la sua parte di responsabilità nel concorrere a legittimare il colonialismo, le pratiche di sfruttamento, la generazione di nuove forme di povertà. Per paradossale che ciò possa apparire ciò è avvenuto proprio mentre l'economia si è costituita come scienza libera da orientamenti di valore; come scienza che, per fare proprio lo stato epistemologico delle scienze naturali, ha dovuto dichiarare il mondo della vita fuori della sua portata conoscitiva. Ebbene, ci tocca di evitare che un nuovo crimine venga, oggi, consumato: quello che la scienza economica distrugga la speranza – soprattutto nei giovani – in un mutamento possibile, perché alla nostra portata dell'organizzazione economica delle nostre società<sup>7</sup>. L'Economia di Comunione, con la sua dimostrazione pratica che *dare senza perdere e prendere senza togliere* è non solo possibile ma anche compatibile con la ragione, è, nelle condizioni attuali, il più efficace antidoto, il più robusto baluardo contro il rischio di quella consumazione.

STEFANO ZAMAGNI  
Università di Bologna

<sup>7</sup> Su ciò cf. L. Bruni, *Economia e Felicità*, in L. Fornaciari (a cura di), *Etica ed economia*, Modena 1999.

## APPENDICE



**APPENDICE**  
A CURA DI CARLA BOZZANI

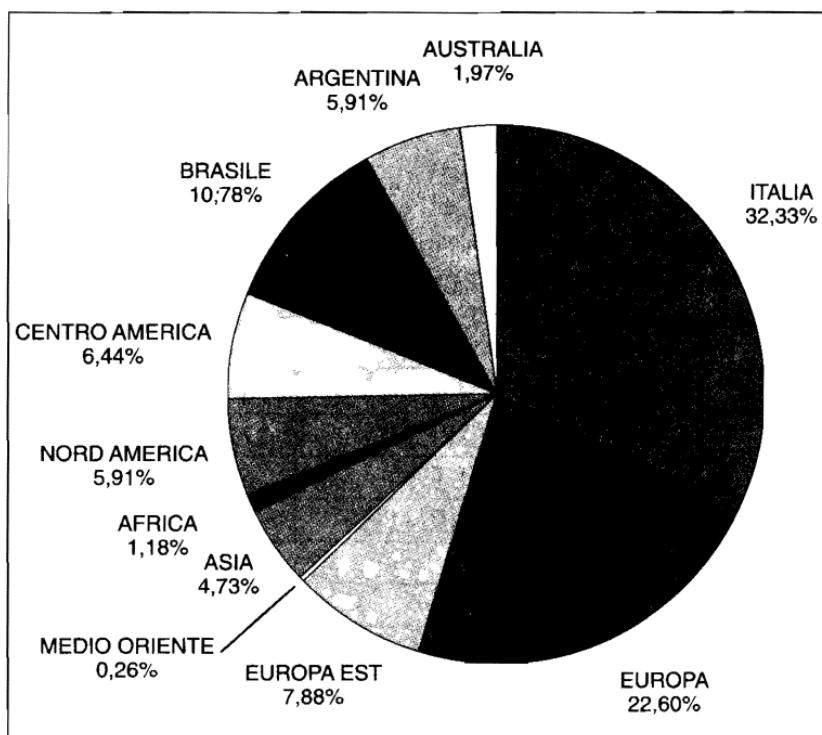
TABELLA 1

*Distribuzione Aziende dell'Economia di Comunione nel mondo<sup>1</sup>*

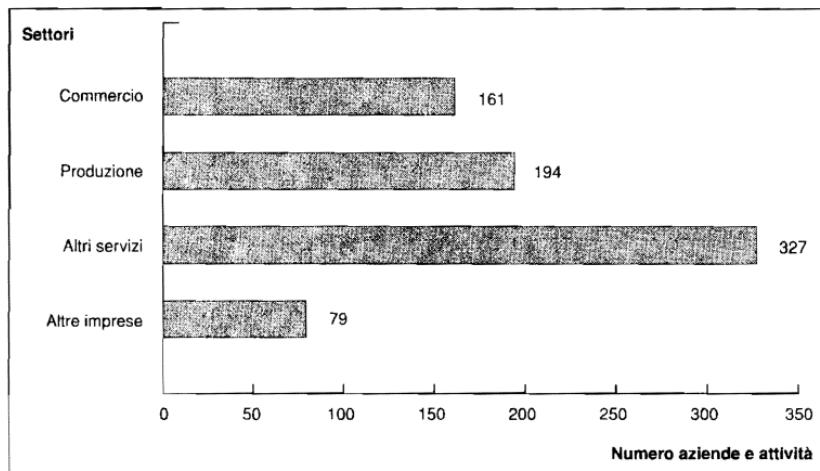
ITALIA	246
EUROPA OVEST	172
EUROPA EST	60
MEDIO ORIENTE	2
ASIA	36
AFRICA	9
NORD AMERICA	45
CENTRO AMERICA	49
BRASILE	82
ARGENTINA	45
AUSTRALIA	15
<b>TOTALE</b>	<b>761</b>

<sup>1</sup> Tutti i dati sono aggiornati al settembre 1999.

ECONOMIA DI COMUNIONE  
AZIENDE E ATTIVITÀ NEL MONDO  
settembre 1999



**ECONOMIA DI COMUNIONE  
AZIENDE E ATTIVITÀ  
settembre 1999**



**TABELLA 2  
Aziende per Settore di Attività**

Produzione	194
Comercio	161
Altri servizi	327
Altre imprese	79

**TABELLA 3  
Numero Dipendenti Aziende**

Con più di 100 dipendenti	10
Tra 100 e 50 dipendenti	15
Con meno di 50 dipendenti	736

**STATISTICHE DELLE AZIENDE E ATTIVITÀ DISTINTE PER SETTORI**  
**settembre 1999**

Commercio	abbigliamento	30	
»	alimentazione	30	
»	arredamento	16	
»	auto	2	
»	libri	7	
»	materiale fotografico	1	
»	materiale informatico	4	
»	materiale sanitario	13	
»	materiale vario	58	
<b>Totale commercio</b>			<b>161</b>
Produzione	abbigliamento	24	
»	agricola	29	
»	alimentari	38	
»	arredamento	16	
»	articoli vari	23	
»	costruzioni edili	18	
»	grafica	15	
»	ind. meccanica	16	
»	ind. medica	1	
»	plastica	4	
»	video	3	
	vari	7	
<b>Totale produzione</b>			<b>194</b>
Altri servizi	consulenze	62	
»	contabili	7	
»	fotografici	2	
»	informatici	26	
»	legali	12	
»	manutenzione	18	
»	medici	55	
»	progettazione	16	
»	ristorazione	5	
»	scolastici	31	
»	telefonici	1	
»	elettrici	7	
»	trasporti	1	
»	turistici	12	
	vari	72	
<b>Totale altri servizi</b>			<b>327</b>
Altre imprese			<b>79</b>
<b>TOTALE AZIENDE E ATTIVITÀ</b>			<b>761</b>

## INDICI «NUOVA UMANITÀ» 1999

### INDICE ALFABETICO

- Abbandono (L') di Gesù. Per una cultura dell'unità*, FORUM, AA.VV. (G. M. Zanghí, G. Rossé, P. Coda, J. Castellano Cervera), XXI (1999/2), 122, pp. 157-175.
- Alcune riflessioni sul conoscere teologico nella prospettiva del carisma dell'unità*, di Piero Coda, XXI (1999/2), 122, pp. 191-206.
- Aspetti della mariologia nella luce dell'insegnamento di Chiara Lubich*, di Marisa Cerini, XXI (1999/1) 121, pp. 19-28.
- Babele/Koinè. Lo spazio politico tra mondialità e comunità/I – Il dopo Muro*, di Pasquale Ferrara, XXI (1999/1) 121, pp. 49-92.
- Babele/Koinè. Lo spazio politico tra mondialità e comunità/II – La dimensione «inframondiale»*, XXI (1999/2), 122, pp. 207-263.
- Che cos'è pensare? Una riflessione alla luce di Gesù Abbandonato*, di G. M. Zanghí, XXI (1999/5), 125, pp. 557-570.
- Coscienza d'amore negli ultimi romanzi e racconti di Anna Maria Ortese*, di P. Lumbra, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 447-466.
- Crisi (La) di rappresentatività dei partiti*, di G. Caso, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 307-316.
- Cultura (La) del dare*, di V. Araújo, XXI (1999/5), 125, pp. 489-510.
- Dal cuore della rivelazione al centro della vita. Dimensioni di fondo della teologia di Martin Lutero*, di H. Blaumeiser, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 387-403.
- Dialogo (Il) possibile. Intervista a Mons. Antonio Peteiro Freire, Arcivescovo di Tangeri*, a cura di Luce Mauro Pesce, XXI (1999/1) 121, pp. 115-127.
- Dio Bellezza e il Movimento dei Focolari*, di Chiara Lubich, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 317-330.
- Dio Padre e la Scrittura*, di G. Rossé, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 343-349.
- Dio Padre e la teologia*, di G. M. Zanghí, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 351-355.
- Dizionarioietto di parole incoscienti/I*, di G. Casoli, XXI (1999/2), 122, pp. 283-298.
- Dizionarioietto di parole incoscienti/II*, di G. Casoli, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 429-446.

- Dizionario di parole incoscienti/III*, di G. Casoli, XXI (1999/5), 125, pp. 571-589.
- Dolore (Il) un grido verso l'oltre*, di A. Giordano, XXI (1999/5), 125, pp. 541-556.
- Edith Stein: Diaconia di verità*, di R. Pozzi, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 373-386.
- Educazione (L') alla prosocialità*, di Roberto Roche, XXI (1999/1) 121, pp. 29-49.
- Esperienza (L') «Economia di Comunione»: dalla Spiritualità dell'unità una proposta di agire economico*, di Chiara Lubich, XXI (1999/6), 126, pp. 613-619.
- Famiglia (La) è il futuro*, di C. Lubich, XXI (1999/5), 125, pp. 475-487.
- Forum. L'Abbandono di Gesù. Per una cultura dell'unità*, AA.VV. (G. M. Zanghí, G. Rossé, P. Coda, J. Castellano Cervera), XXI (1999/2), 122, pp. 157-175.
- Gocce d'anima*, di Claudio Guerrieri, XXI (1999/1) 121, pp. 105-113.
- Importante (Un) studio biblico su Gesù Cristo*, di G. Rossé, XXI (1999/2), 122, pp. 299-306.
- In cerca del testo* (note in margine a P. Sacchi, *Il Pentateuco, Il Deuteronomista e Spinoza*), di Piero Capelli, XXI (1999/1) 121, pp. 93-103.
- Lezione tenuta in occasione del conferimento della laurea Honoris causa in economia* (29 gennaio 1999), di Chiara Lubich, XXI (1999/1) 121, pp. 7-18.
- Lezione per la Laurea Honoris Causa in «Lettere» (Psicologia) – Malta 26 febbraio 1999*, di Chiara Lubich, XXI (1999/2), 122, pp. 177-189.
- Movimenti ecclesiari e loro collocazione teologica*, di J. Card. Ratzinger, XXI (1999/5), 125, pp. 511-539.
- Organizzazioni produttive con finalità ideali e realizzazione della persona: relazioni interpersonali e orizzonti di senso*, di Benedetto Gui, XXI (1999/6), 126, pp. 713-730.
- Passione (La) per la verità*, di Piero Coda, XXI (1999/1) 121, pp. 1-5.
- Per una diversa dimensione dell'economia: l'esperienza «Economia di Comunione»*, di Alberto Ferrucci, XXI (1999/6), 126, pp. 631-639.
- Persona (La) in relazione: «Cornici» e rapporto fra culture*, di S. Luciano, XXI (1999/2), 122, pp. 265-282.
- «Più in alto, più in dentro». Spunti sul concetto matematico di "infinito" a raffronto con alcuni scritti di Chiara Lubich*, di J. Povilus, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 331-342.
- Posto (Il) dei carismi nella Chiesa*, di Piero Coda, XXI (1999/5), 125, pp. 467-474.
- Presupposti teologici per l'ingresso in una visione cattolica della Mariologia*, di K. Hemmerle, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 357-371.
- Problemi (I) di sviluppo nelle imprese «a movente ideale»*, di Mario Molteni, XXI (1999/6), 126, pp. 689-711.
- Quale persona e quale Società per l'«Economia di Comunione»?*, di Vera Araújo, XXI (1999/6), 126, pp. 621-630.
- Sul fondamento e sul significato dell'esperienza di «Economia di Comunione»*, di Stefano Zamagni, XXI (1999/6), 126, pp. 731-740.

*Sviluppo sostenibile e management: elementi per un nuovo paradigma di gestione*, di Hans Burckart, XXI (1999//6), 126, pp. 667-687.

*Trinità e Chiesa. Una prospettiva teologico-pastorale*, di Piero Coda, XXI (1999/3-4), 123-124, pp. 405-427.

*Verso un'impostazione comunionale della teologia morale. L'etica ecclesiale di Stanley Hauerwas*, di C. Hennecke, XXI (1999/5), 125, pp. 591-607.

*Verso una razionalità economica «capace di comunione»*, di Luigino Bruni, XXI (1999/6), 126, pp. 641-666.

*Visione di Dio e visione del mondo nella Sofiologia di S. Bulgakov. Alcune riflessioni su L'altro di Dio* di P. Coda, di Lubomir Žák XXI (1999/1), 121, pp. 129-155.