

# Sull'etica nella raccolta fondi<sup>1</sup>

*Axel Gosseries*

*tr. Nicola Riva*

*Forthcoming in Notizie di Politieia*

La questione dell'etica nella raccolta fondi in ambito associativo ci invita a rivisitare il tema molto antico dell'odore dei soldi, una storia – un po' nauseabonda d'altronde, come gli amanti del tessile tra noi sanno – che risale al famoso *non olet* dell'imperatore romano Vespasiano, nel primo secolo dopo Cristo. Preoccuparsi di etica della raccolta fondi esige anche automaticamente che ci si interessi all'uso di questi fondi, poiché esso intrattiene varie relazioni con i mezzi di una tale raccolta, con la loro efficacia e con la loro legittimità. Nel rivolgermi a questa problematica, vorrei soffermarmi su quattro questioni particolari, che mi sembrano allo stesso tempo importanti in se stesse ed emblematiche della problematica generale. Le prime due condurranno a un esame di alcune delle nostre intuizioni etiche spontanee, riguardanti la raccolta propriamente detta. Le ultime due solleveranno il discorso su di un piano più istituzionale, trattando in modo un po' più indiretto della raccolta fondi.

## Adattare i mezzi ai fini?

Le associazioni non sono né degli Stati né delle imprese. Rispetto agli Stati esse perseguono dei fini meno globali. Si potrebbe affermare anche che lo Stato sia in qualche modo l'ente in ultima istanza incaricato di adempiere ai compiti d'interesse collettivo che non sono stati realizzati dal settore associativo. Viceversa, le associazioni possono essere viste in parte come degli organi decentralizzati dello Stato, che le finanzia attraverso sussidi ed esenzioni fiscali in caso di donazioni. Quanto al paragone con le imprese, è certamente spesso eccessivo considerare la finalità di queste ultime esclusivamente lucrativa, anche per quelle che non sono esplicitamente delle "società a finalità sociale". È altrettanto sbagliato pensare che i membri delle associazioni senza scopo di lucro siano sempre mossi da delle motivazioni esclusivamente disinteressate. Ciononostante, accettiamo qui l'idea che numerose associazioni siano effettivamente orientate primariamente verso la realizzazione di obiettivi particolari, che risentono della visione che i loro membri hanno dell'interesse generale. E interessiamoci dunque alle ONG che, come Oxfam, Amnesty International o Handicap International, perseguono chiaramente degli obiettivi "nobili", "disinteressati" o "altruisti".

Dobbiamo allora porci la questione che segue. Se un'associazione ha un obiettivo più "altruista" rispetto a un'impresa (non è certamente sempre il caso, ma accettiamo qui l'idea), è questa una buona ragione per permettersi di essere meno esigenti eticamente sulle sue fonti di finanziamento (posizione PIÙ-MENO)? È questa al contrario una ragione per essere ancora più esigenti sul piano morale quanto ai mezzi utilizzati per raccogliere questi fondi e quanto alla loro origine (posizione PIÙ- PIÙ)? O è questo un fatto che non ha alcuna rilevanza in termini di etica del finanziamento (posizione FISSA o NEUTRA)? Partiamo da una di queste tre possibili risposte, formulata nella citazione seguente che riguardava l'invio di posta non richiesta:

(...) se si può comprendere che delle imprese commerciali, che non hanno altro fine che quello di fare dei soldi, si dedichino a queste pratiche di comunicazione, è per contro inaccettabile da parte di organismi la cui ambizione è il rispetto della dignità umana. Nessuno ha il diritto di indirizzarsi in questi termini a non importa chi, di bombardare chiunque di messaggi insistenti o di condurre delle

campagne tanto mirate. In una qualche misura, queste associazioni sono doppiamente condannabili. Da una parte, perché utilizzano delle procedure contrarie all'etica e, d'altra parte, perché i mezzi che utilizzano sono contrari ai fini che perseguono.<sup>2</sup>

La posizione difesa in questa citazione corrisponde chiaramente alla posizione PIÙ-PIÙ. Più i fini sono nobili, più sono grandi anche le esigenze quanto ai mezzi. Vorrei mostrare che, se questa posizione è "strategicamente" appropriata, essa non è per contro necessariamente richiesta eticamente. Penso che essa sia giudicata adeguata da molte persone. Ma mi sembra che sia errato giustificarla in nome di regole etiche incondizionate. Per comprenderlo, partiamo da un'analogia balneare.

Immaginiamo che voi abbiate la possibilità di prendere a prestito senza domandare il permesso un salvagente depresso sulla spiaggia, o per andare voi stessi a fare il bagno, o per permettere a uno dei vostri bambini di andare a fare un bagnetto, o per salvare il bambino di qualcun altro che sta annegando<sup>3</sup>. È probabile che molti di noi – adepti di un samaritanismo alla Robin Hood – difendano quest'ultimo atto pur avendo dei dubbi – più o meno seri – sulla moralità dei primi due. Se è così, è certamente alla posizione PIÙ-MENO che essi aderiscono, non a quella difesa nella citazione di cui sopra, né a quella di una inflessibilità della valutazione della moralità dei mezzi quali che siano i fini perseguiti (posizione FISSA). Certamente, la posizione fissa è quella che apparirà ad alcuni la più "comoda" o la più "sicura". Tuttavia non esiste alcuna ragione di pensare che la semplicità dei principi etici, se non addirittura la loro generalità, sia sempre garanzia di giustizia. E essa non permette in alcun modo di rendere conto dell'intuizione presente nella citazione, così come di quella condivisa da molti di noi nel nostro esempio balneare.

Il ricorso nella citazione sopra riportata alla nozione di "dignità umana"<sup>4</sup> ci invita peraltro a incrociare questo approccio con una seconda dimensione pertinente per l'articolazione mezzi-fini. Se si ricorre a un sistema morale di tipo "mono-valore", per esempio analizzando ogni atto dalla prospettiva della sua conformità alla dignità umana, allora il dibattito relativo all'accettabilità morale di un mezzo determinato finirà per dividere gli *incondizionalisti* da una parte e i *massimizzatori* dall'altra. Per i primi, un'azione che viola la dignità umana non sarà ammissibile in alcun caso. Per i secondi, essa può essere ammessa come un male minore, se è necessaria a massimizzare il rispetto della dignità umana. Così, se – cosa che accade raramente – ingannare un potenziale donatore esponendogli solamente una parte della verità è la sola e unica maniera di ottenere più fondi per salvare ancor più vite umane, un massimizzatore riconoscerà certamente che questa menzogna è contraria al rispetto della dignità del potenziale donatore, pur essendo accettabile, se non addirittura richiesta, in nome dell'idea della massimizzazione del rispetto della dignità umana dell'insieme delle persone potenzialmente coinvolte<sup>5</sup>. L'idea di "mezzi contrari ai fini" che compare nella citazione sopra ripresa ha allora senso solamente se quei fini e quei mezzi sono analizzati alla luce di un solo valore – ciò che non è necessariamente il caso, come vedremo – e se questo valore è abordato da una prospettiva incondizionalista piuttosto che massimizzatrice.

È interessante paragonare un tale approccio "mono-valore" a un approccio "multi-valori". Per riprendere il nostro esempio, la questione della menzogna per omissione o per rappresentazione imperfetta della realtà può essere allora analizzata come un conflitto non tra due maniere di prendere sul serio uno stesso valore (incondizionalista o massimizzatrice) ma tra due valori differenti, nel caso specifico l'idea secondo cui mentire (o prendere a prestito un bene di cui non si è proprietari nel nostro esempio balneare) è inaccettabile e quella secondo cui è inaccettabile lasciare morire degli esseri umani che si potrebbe aiutare. In caso di analisi "multi-valori" il dibattito verterà allo stesso tempo sul contenuto dei valori e sulla loro priorità relativa. E si può supporre che, riflettendo, molti di noi converranno che il prendere a prestito senza permesso, o l'ottenere una donazione sulla base di una informazione troppo parziale, se si rivelano

assolutamente necessari – cosa che in realtà non accade spesso, vale la pena insistere sul punto –, dovrebbe essere considerato moralmente accettabile, se il fine perseguito è quello di salvare delle vite umane. Sarebbe in effetti altrettanto problematico affermare che la menzogna debba essere evitata a ogni costo e pensare che la vita non abbia un costo.

Ciò mi conduce a difendere la posizione sopra annunciata. Mi sembra che la posizione PIÙ-MENO sarà la più convincente eticamente nella maggioranza dei casi, che si adotti un'analisi intra- o inter-valori, servendosi rispettivamente di una posizione massimizzatrice e di una visione che accorda una priorità al valore perseguito dai fini nel caso particolare in rapporto a quello che si suppone limitare i mezzi specifici presi in considerazione per conseguirli. Così, dal punto di vista dell'etica nella raccolta fondi, certi elementi dei codici etici generalmente invocati devono essere presi con le pinze sul piano strettamente etico. Ciononostante – e questa costituisce la seconda componente di questa posizione – è per contro del tutto giustificato *sul piano* strategico, e dunque anche *indirettamente* sul piano etico, mantenersi su una posizione PIÙ-PIÙ. Insomma, se mentire può essere giusto in certi casi in vista del “costo d'opportunità” in termini delle vite umane che possono così essere salvate – cosa che non equivale dunque affatto a un “tutti i mezzi sono buoni per ottenere non importa quale fine” –, è allo stesso tempo strategicamente opportuno rinunciare alla menzogna, in vista della conservazione *a lungo termine* della capacità di un'associazione, e del settore associativo in generale, di raccogliere fondi per salvare delle vite umane, per contribuire a liberare delle persone ingiustamente incarcerate e per tutti gli altri fini socialmente importanti.

L'idea *non* è che una regola d'interdizione della menzogna genererà in generale delle politiche giuste, anche se in certi casi – certo relativamente rari – la menzogna si imporrebbe come l'azione più morale. Non si tratta dunque di applicare un ragionamento analogo a quello degli approcci massimizzatori detti “della regola” (come l'utilitarismo dallo stesso nome). Ciò che motiva la nostra posizione, sono piuttosto due ragioni proprie del contesto associativo.

*Da una parte*, quelli che donano lo fanno in modo volontario. E i donatori che lo fanno hanno generalmente un profilo piuttosto esigente sul piano morale. Se sono esigenti sul piano dei fini, avranno anche la tendenza a esserlo sul piano dei mezzi. E il rischio è allora grande che, se delle pratiche, giustificabili dopo esame dettagliato ma giudicate dalla moralità comune come immorali, sono rese note, ciò comporti una perdita di fiducia verso le associazioni coinvolte, e dunque meno donazioni nel lungo periodo. La fiducia è d'altronde tanto importante per l'ambito associativo, perché le donazioni sono totalmente volontarie.

Ciò ci conduce alla seconda considerazione, anch'essa propria del settore associativo. Quest'ultimo, dati i suoi fini, ispira *facilmente* fiducia. Il rischio è dunque grande che anche se sono in teoria particolarmente “attenti” ai mezzi, in pratica i donatori non si preoccupino in definitiva di verificare se i mezzi utilizzati siano giusti. Se preservare la fiducia è vitale (in ragione della natura volontaria delle donazioni), proteggere i potenziali donatori dall'eccesso di fiducia (alimentata da una attenzione concentrata sui fini particolarmente nobili delle associazioni in questione) è altrettanto essenziale. Delle regole morali rigide, anche se non sono sempre giustificate in teoria, saranno dunque giustificate *da una parte* in ragione di un rischio di contro-produttività a lungo termine e *d'altra parte* per compensare una mancanza probabile di vigilanza da parte dei donatori. Per paragonare un donatore e un azionista, possiamo supporre sia che il donatore tipo sarà moralmente più esigente (e dunque anche molto più reattivo) in caso di pratica *moralmente* problematica sia che sarà probabilmente altrettanto meno vigile in generale dell'azionista, in ragione di assunti – talvolta infondati – sulle motivazioni degli attori del settore associativo e forse anche perché non ha interesse diretto a esserlo, trattandosi di una donazione dalla quale non si attende nulla in cambio per sé. La donazione a un'opera sociale è spesso fatta a occhi chiusi, anche se in caso di scoperta di comportamenti moralmente problematici, la reazione dei potenziali donatori rischia di essere ancora più dura. Bisogna dunque adattare i mezzi ai fini? Sì, verso l'alto,

ma per ragioni più contingenti che di principio, delle ragioni che non sono che *indirettamente* etiche e piuttosto di ordine prudenziale o strategico a lungo termine<sup>6</sup>.

## Scioccare o colpevolizzare i donatori potenziali: un problema?

Un'altra preoccupazione possibile riguarda il ricorso a dei testi o a delle immagini che giocano in un modo che potrebbe essere problematico con i sentimenti delle persone. Il codice etico dell'AERF precisa così che

(...) L'uso di eventuali immagini di esseri umani in situazioni disperate non può urtare i sentimenti dei donatori e deve limitarsi a illustrare fatti osservati e verificabili (...).

L'obiettivo delle pratiche pubblicitarie di una ONG è certamente di informare l'insieme di una popolazione su una situazione che ella ritiene problematica. Ma è anche di fare in modo che dei potenziali volontari e donatori si mobilitino e *agiscano* per cambiare una tale situazione. Si deve far sapere, ma anche far muovere. È importante dunque che ci si interessi a ciò che è suscettibile di motivare un'azione, e di motivare in particolare delle donazioni in denaro. È da molto tempo che ci si pone la questione di sapere se una credenza è sufficiente per motivare un'azione, o se ci vuole in più un desiderio per farlo. La motivazione ad agire moralmente è un affare complesso. Se vediamo qualcuno che sta per annegare, possiamo volerlo aiutare per diverse ragioni:

- per pura adesione a un sistema di regole morali, anche in assenza totale di sentimenti verso quella persona. La violazione di una tale regola sarebbe percepita come fonte di un sentimento di colpevolezza.
- per desiderio di essere d'aiuto a una tale persona (per esempio essendo motivati da forme di amore, amicizia, pietà, ecc.)
- per paura di non venire aiutati, qualora ci si trovasse a sua volta in questa situazione (è ciò cui tende in parte l'approccio in termini di velo d'ignoranza).
- per paura di essere giudicati da altri come immorali, cosa che può aggiungersi al primo motivo<sup>7</sup>.

A questo riguardo, due tipi di strategie rischiano di porre un problema ad alcuni: quelle che mirano a *scioccare* e quelle che hanno per obiettivo di fare nascere un sentimento di *colpevolezza*. Partiamo dalle campagne "sciocanti". Fare un'affermazione scioccante non è necessariamente problematico sul piano etico. Ci sono delle situazioni che è difficile edulcorare al punto che non siano più sciocanti. È il caso delle grandi carestie o dei massacri di massa. Mostrare simili fatti scioccherà per principio. Ma non si capisce in cosa il fatto che una ONG mostri simili fatti sarebbe per principio problematico sul piano dell'etica, nella misura in cui le immagini o i messaggi utilizzati non siano degradanti per le persone rappresentate. Nei mondi segregati in cui viviamo è spesso indispensabile scioccare per fare uscire le persone dalla loro routine e indurle ad adottare una prospettiva differente sul mondo che le circonda. Perché l'inerzia delle nostre percezioni attuali è forte.

Di nuovo, ci sembra che il problema principale delle pubblicità sciocanti non sia che tutte le pubblicità di questo tipo siano moralmente problematiche. È piuttosto che il ricorso alla provocazione rischia fortemente di condurre a un'*escalation* e dunque all'inefficacia. In effetti, sarebbe di nuovo per una ragione strategica, piuttosto che etica, che il fatto di scioccare porrebbe dei problemi. Perché? Perché scioccare consiste nell'attirare l'attenzione in un modo particolare in vista di condurre a reagire. Ora, essendo l'attenzione una risorsa rara, se scioccare fosse efficace, questo condurrebbe altre ONG concorrenti a ricorrere alla stessa tecnica, cosa che rischia di

banalizzarla e di non attirare più l'attenzione del tutto. Questo potrebbe dunque rendere tutte le pubblicità scioccanti inefficaci, se non addirittura condurre i potenziali donatori a divenire ancora più insensibili alle situazioni disperate in questione. Così, scioccare in un numero limitato di casi può essere eticamente accettabile, se non addirittura richiesto. Per contro, la banalizzazione dei messaggi scioccanti li renderebbe inefficaci se non addirittura controproducenti.

Che pensare invece dei messaggi colpevolizzanti? Colpevolizzare consiste nel fare in modo che le persone si sentano colpevoli di qualche cosa. Di fronte ad esseri umani in situazioni disperate, si può provare un sentimento di colpevolezza per almeno due ragioni. Ci si può sia sentire *causalmente* responsabili del problema stesso (per esempio: essendo azionisti di un produttore di mine anti-uomo). Ci si può anche sentire colpevoli della persistenza di questo problema, in ragione di un *mancato intervento* da parte nostra, dunque per astensione (per esempio: non aiutando finanziariamente le vittime di una catastrofe naturale che non avevano alcun accesso a forme assicurative). Nella letteratura si trovano entrambe le strategie. Per illustrare la prima, qualcuno come Thomas Pogge per esempio tenta di dimostrare che sono le istituzioni economiche internazionali, che noi stessi abbiamo contribuito a edificare attraverso l'azione dei nostri governi democratici, che sono all'origine di una parte della povertà mondiale<sup>8</sup>. Ed è in ragione di una tale responsabilità *causale* che noi saremmo tenuti a intervenire. Può sembrare a prima vista molto diverso sentirsi causalmente colpevoli e sentirsi colpevoli in ragione di un'astensione ex post nei confronti di persone che non hanno affatto scelto di vivere nella loro indigenza piuttosto che nella nostra opulenza. È moralmente problematico colpevolizzare (ossia fare sentire colpevoli) i potenziali donatori nei casi in cui, o essi sono causalmente responsabili di un problema, o la giustizia esige che essi vadano in aiuto di persone in situazioni disperate? Noi non lo pensiamo. Quando l'esistenza di un errore morale (per azione o per astensione) può essere difesa sulla base di una teoria della giustizia sufficientemente coerente, colpevolizzare le persone non differisce in nulla dall'offrire loro degli occhiali, se hanno dei problemi di vista.

Si potrebbe considerare una tale posizione eccessiva nei casi in cui noi non fossimo causalmente responsabili (per azione) della situazione delle persone alle quali si tratta di prestare aiuto. Una tale critica sopravvaluta tuttavia l'importanza morale da accordare alla responsabilità causale. Prendiamo due ipotesi. Nel primo caso, ho spinto un bambino in acqua, che sta annegando. Sono dunque causalmente responsabile della sua situazione. Nel secondo caso, il bambino è caduto in acqua da solo per un incidente e sta annegando. Il fatto che ha generato il mio obbligo non può questa volta essere ricercato in un atto moralmente sbagliato da parte mia. Se riteniamo che nei due casi, noi siamo tenuti a salvare il bambino, sembra che saremmo colpevoli nei due casi se restassimo immobili di fronte a un tale annegamento. È dunque legittimo colpevolizzarci nei due casi, ossia aiutarci a percepire che siamo colpevoli (dove l'analogia degli occhiali). Certamente, nel secondo caso, io non sarei colpevole di alcuna spinta moralmente sbagliata. Per contro, nei due casi, rischierei di essere colpevole di un'astensione moralmente sbagliata, se non facessi nulla per salvare il bambino dall'annegamento. Cosa genera il mio obbligo nel secondo caso? Il semplice fatto che una persona soffra di una circostanza peggiore della mia e che lasciare sussistere un tale scarto tra le nostre circostanze sarebbe incompatibile con l'idea che ciascun essere umano ha un valore fondamentale eguale a quello del suo prossimo. Aggiungiamo peraltro che anche quando parliamo di responsabilità causale (cioè di un obbligo d'agire che sarebbe giustificato dalla necessità di correggere una precedente azione moralmente sbagliata da parte dello stesso attore), lo facciamo sulla base di una teoria generale della giustizia. Per esempio, in un contesto di giusta competizione, quando uno dei competitori rimedia un appalto, non è necessariamente tenuto a compensare i competitori sconfitti, anche se ha evidentemente peggiorato la loro situazione rispetto a un mondo dove il competitore vincente non ci fosse. Affermare dunque che, in caso di responsabilità causale, è l'atto iniziale della persona come tale (spingere il bambino, o fare un

offerta per un appalto e ottenerlo) che genera l'obbligo di compensazione è eccessivo. Questo significa non solamente che la responsabilità causale non è la sola fonte possibile dei nostri obblighi di giustizia. Questo significa soprattutto che l'atto dannoso non darà luogo a compensazione che se una teoria generale della giustizia lo qualifica come moralmente sbagliato. Si deve dunque rimettere in discussione sia il carattere esclusivo sia la natura specifica della responsabilità causale come fonte di obblighi di giustizia.

Insomma, il sentimento di colpevolezza è certamente spiacevole. Ma se è allo stesso tempo giustificato sul piano normativo e utile a ridurre le sofferenze ancora più grandi dei destinatari dell'aiuto, noi non vediamo perché, sul piano dei principi, si dovrebbe escludere delle azioni che puntano il dito sui nostri obblighi di giustizia e sulla colpevolezza che dipende dal fatto di non rispettarli.

## **Verso una trasparenza salariale per i professionisti del settore associativo?**

Tra le questioni da porsi relativamente all'uso dei fondi raccolti, c'è la questione del giusto salario. Essa non riguarda esclusivamente il settore associativo. Se si sposta lo sguardo sulle imprese private, il dibattito relativo al salario dei dirigenti è onnipresente. Un tale salario può essere giudicato ingiustamente elevato, in particolare se lo paragoniamo a quello di un lavoratore medio della stessa impresa. Nel settore associativo, nello stabilire il salario dei professionisti si deve tenere conto di tre particolarità. C'è innanzitutto il fatto che – contrariamente a degli azionisti – i donatori si stringono la cinghia senza attendersi nulla in cambio. C'è in seguito il fatto che i professionisti lavorano a contatto con numerosi volontari – che sono in realtà dei donatori *di tempo*. I donatori di denaro e di tempo nutriranno dunque delle aspettative particolari nei confronti dei professionisti del settore associativo, augurandosi probabilmente che anch'essi stringano un po' la cinghia. C'è infine il fatto che, nel caso specifico dell'ambito umanitario, un professionista si troverà a contatto diretto con dei beneficiari in condizioni di estrema povertà, cosa che renderà lo scarto tra le loro rispettive condizioni materiali particolarmente insopportabile.

Mi sembra necessario fare a questo riguardo due osservazioni. Se un medico residente in un paese sviluppato opera in Darfur per una ONG al fine di salvare delle vite umane, non mi sembra che si debba determinare il livello giusto del suo salario diversamente da quello di un medico generico o di un medico specialista restato al paese di origine, a contatto con pazienti in media ben più fortunati. Che siamo tutti tenuti a fare di più per i civili del Darfur e di altri paesi è una cosa. Ma da ciò non segue affatto che un medico espatriato abbia un obbligo *più grande* di stringere la cinghia rispetto a un medico non disposto a spostarsi. La stessa cosa vale a mio avviso per la relazione tra i donatori (di denaro e/o di tempo) e i professionisti del settore associativo. Insomma, un professionista del settore associativo non ha a nostro avviso degli obblighi maggiori verso i più indigenti rispetto al resto della società, anche se è a contatto diretto con queste persone indigenti, o con dei donatori particolarmente generosi. Si potrebbe in effetti avere la sensazione che, se un donatore fa uno sforzo, anche il professionista dovrebbe farlo (*burden-sharing*), allo stesso modo in cui per esempio potremmo esigere che nel commercio equo, ciascuno degli attori della catena commerciale dia un suo contributo allo sforzo di equità. Che voi abbiate il coraggio di essere un attore di prima linea o che voi siate circondati da gente particolarmente generosa non accresce tuttavia i vostri obblighi morali in rapporto a quelli di una persona qualunque presa a caso nella stessa società. Questo lascia certamente aperta la questione di sapere se le nostre società nel loro insieme siano all'altezza di ciò che esige la giustizia nei confronti dei più sfavoriti. Un'illustrazione di questo punto consisterebbe nell'affermare che il padrone di un'impresa a scopo di lucro avrebbe

diritto di guadagnare ben più di quello di una ONG perché il fine della sua impresa sarebbe per definizione il profitto. Una tale affermazione è certamente inaccettabile per una teoria della giustizia, perché implica che basterebbe definire dei fini amorali per sfuggire a tutte le esigenze morali.

Questo ci conduce a un secondo punto. È indubitabile che più l'elasticità produttività-guadagno è limitata, più è possibile per le associazioni praticare una moderazione salariale che si faccia a vantaggio di un beneficio ancora più grande per i destinatari dell'associazione, in particolare in ambito umanitario. La difficoltà è certamente che le teorie della giustizia stesse sono lontane dal fornirci una teoria soddisfacente del giusto salario (differente per esempio da un riferimento all'equilibrio salariale in una situazione di competizione perfetta). È facile allora essere tentati di domandare una più grande trasparenza salariale, nella speranza che là dove le teorie della giustizia sono in difficoltà, i donatori stessi sapranno prendere posizione su questa questione del giusto salario per i professionisti delle associazioni che finanziano, o nelle quali investono del tempo. Tuttavia, l'idea di trasparenza salariale deve essere considerata con prudenza, per due ragioni. Innanzitutto, in molti casi, essa è inefficace, se i destinatari di questa trasparenza sono relativamente indifferenti al livello salariale dei professionisti in questione. Inoltre, questa trasparenza può in realtà suscitare un incremento dei salari piuttosto che una moderazione. In effetti, se un professionista del settore umanitario si rende conto che una ONG diversa dalla sua paga meglio i suoi dirigenti o i suoi medici, potrà essere tentato di divenirne parte, cosa che spingerà la sua ONG d'origine, se desidera conservarlo, a aumentare il suo salario. La trasparenza non rende in effetti l'informazione disponibile solamente ai volontari e ai donatori, ma anche ai professionisti del settore associativo. La trasparenza può allora essere *inefficace*, se non suscita che indifferenza da parte dei volontari e dei donatori, e *controproducente* se non fa che offrire una leva supplementare ai più avidi.

## Rendere conto... A chi?

Un quarto interessante dibattito riguarda l'identificazione delle persone cui sarebbe importante rendere conto dell'utilizzo dei fondi in un'associazione senza scopo di lucro. Una riflessione completa sulla questione necessiterebbe un attento paragone con la situazione che degli Stati e delle imprese private. A prima vista, tre caratteristiche specifiche del settore associativo meritano la nostra attenzione.

La prima interessante categoria è quella dei donatori non membri e dei volontari. In uno Stato democratico, il contribuente è generalmente anche cittadino. È titolare a questo titolo del diritto di voto il cui peso è peraltro indipendente dall'ammontare dei suoi contributi. E in un'impresa, se lasciamo da parte le azioni senza diritto di voto, l'azionista può partecipare all'assemblea generale degli azionisti e votare in misura proporzionale alla percentuale rappresentata dalle sue azioni. Ma se anche le associazioni senza scopo di lucro hanno un'assemblea dei membri, accade spesso che ci sia una corrispondenza molto imperfetta tra i suoi membri e i suoi donatori, a causa della presenza di donatori non membri, che sono dunque senza voce, pur rappresentando in certi casi una percentuale significativa delle risorse annuali di un'associazione. Allo stesso modo, si assiste allo sviluppo della pratica di donazioni di importo limitato, in particolare da parte di studenti. La difficoltà specifica di questi donatori non membri è che essi apportano generalmente importi molto piccoli (spesso in contanti) e sono estremamente numerosi. Una tale dispersione dei donatori rende particolarmente difficile la creazione di istituzioni che permettano di dare loro una voce, al di là della possibilità di cui essi sempre dispongono di proseguire o meno con le loro donazioni in caso di disaccordo con le scelte fatte

dalle ONG. Si noti tuttavia l'esperienza di un sindacato di donatori nei Paesi Bassi. Quanto ai volontari, cioè alle persone che donano del tempo, sono in certi casi più facilmente identificabili e sono spesso anche membri delle rispettive associazione. Ma non è necessariamente così. È importante che possano anche intervenire *qualitate qua*<sup>9</sup>.

Una seconda caratteristica specifica è legata alle differenze esistenti tra i beneficiari potenziali dell'azione associativa – e particolarmente umanitaria – e i clienti delle imprese o i cittadini o residenti di uno Stato. In un ONG umanitaria per esempio, ci si trova spesso di fronte a una situazione in cui una parte significativa di quelli che contribuiscono (i donatori e i volontari) non riceve niente in cambio e in cui i beneficiari dell'aiuto ricevono senza dare nulla in cambio (a parte la riconoscenza, cosa che non è certamente trascurabile). Se consideriamo lo Stato, il residente o il cittadino che trae beneficio dai servizi pubblici è spesso anche un contribuente. E nelle imprese, tanto l'azionista (che riceve i suoi dividendi) quanto il cliente (che consuma i prodotti) contribuiscono con una contributo finanziario. Negli Stati si rende conto ai cittadini e nelle imprese agli azionisti (e qualche volta ai lavoratori). Per contro, troviamo raramente delle assemblee generali di clienti nel caso delle imprese, o delle assemblee generali dei beneficiari nelle ONG. Dunque, questi ultimi si trovano spesso in situazioni analoghe a quelle dei clienti nelle imprese. Con due differenze tuttavia. Una è che le persone aiutate dalle ONG non hanno generalmente la possibilità di scegliere la loro ONG, mentre nei mercati con un minimo di concorrenza, i clienti hanno la possibilità di cambiare il fornitore di prodotti in caso di disaccordo con la politica d'impresa adottata. L'altra è che, poiché il cliente paga, la minaccia di smettere di comprare un prodotto costituisce per lui un potere che il beneficiario dell'aiuto non ha – anche se le ONG hanno bisogno di beneficiari per potere continuare a giustificare la loro esistenza.

La situazione specifica dei beneficiari dell'aiuto pone in realtà delle difficoltà particolari. La prima è di natura più istituzionale e la seconda di ordine normativo. Prima difficoltà: in molti casi – e contrariamente all'ipotesi che abbiamo appena considerato –, una consultazione per quanto poco deliberativa dei beneficiari dell'aiuto potrebbe indurre un'associazione a rivalutare i suoi obiettivi se le richieste si rivelassero giustificate. Disponiamo di esempi di consultazioni di questo tipo? Non direttamente, che noi si sappia, nel mondo delle ONG. Per contro, i modelli di partecipazione dei gruppi di utenti di una risorsa come l'acqua in Brasile potrebbero certamente servire da fonte di ispirazione a questo riguardo<sup>10</sup>.

La seconda difficoltà è normativa. Immaginiamo dei donatori perfettamente informati sulla realtà quotidiana dell'esistenza dei loro beneficiari. Che dire allora se questi donatori desiderano finanziare la costruzione di pozzi per l'acqua potabile mentre i potenziali beneficiari preferirebbero usare i fondi per la costruzione di un luogo di culto, disposti a bere dell'acqua un po' più inquinata (salute dei corpi contro pace delle anime)? Che dire di un insieme di donatori e donatrici del Nord che potrebbero ritenere l'emancipazione delle donne – inclusa la lotta contro l'escissione – una priorità, ma non sarebbero necessariamente seguiti dalle società che desiderano aiutare? Si profilano rispettivamente la questione del *paternalismo* (quando si tratta della definizione della vita buona) e quella dei limiti della *tolleranza* (quando ci si confronta con questioni di società giusta). In che misura affidarsi all'analisi dei donatori – per ipotesi bene informati sulle realtà locali – quando i destinatari delle donazioni hanno una percezione totalmente differente di ciò che migliorerebbe effettivamente la loro esistenza? Le questioni del paternalismo e della tolleranza assumono qui d'altronde una tinta differente dai casi abituali. Se ci si limita al paternalismo, non si tratta in effetti per degli individui di fare uso del loro potere coercitivo, come nel caso della cintura obbligatoria o dell'istruzione obbligatoria secondo programmi definiti dalla collettività. Si tratta al contrario di stabilire, come condizione per il loro aiuto a dei potenziali beneficiari, l'accettazione da parte di questi ultimi di una visione della vita buona che non avrebbero scelto se fossero stati soli. Ci manca lo spazio per trattare in dettaglio questa questione. Ma è evidente che rendere conto ai potenziali

destinatari, significa esporsi a dovere argomentare sulle questioni del paternalismo e/o della tolleranza nei casi in cui donatori e destinatari hanno delle percezioni differenti di ciò che rende una vita riuscita e una società giusta.

Notiamo infine una terza caratteristica specifica delle ONG: esse beneficiano da parte degli Stati di esenzioni fiscali in materia di donazioni così come di sussidi talvolta estremamente importanti. È allora essenziale che esse rendano conto ai cittadini degli Stati nei quali esse operano e ciò rispondendo alle esigenze delle amministrazioni degli Stati in questione.

\*\*\*

Insistiamo su due punti. Il primo, è che scambiamo spesso per esigenze etiche forti quelle che spesso non sono che esigenze che risultano da una preoccupazione strettamente strategica, che non è che indirettamente etica. Ora, è essenziale, quando ci poniamo delle regole, sapere cosa le giustifica. Solo questo ci permetterà eventualmente di derogare a queste regole o di cambiarle nelle ipotesi in cui il contesto lo esigesse.

Il secondo punto, è che l'esame delle parti implicate nelle associazioni permette di identificare delle specificità, come la situazione dei donatori non membri, quella dei volontari e quella dei beneficiari. Queste categorie di attori rendono le associazioni molto differenti dagli Stati e dalle imprese a scopo di lucro. Di nuovo, è essenziale identificare quale sia la natura di queste differenze e perché esse rivestirebbero una qualche importanza per le questioni etiche sollevate. Noi abbiamo cercato di indicarne due, da una parte, relativamente alla questione salariale e, dall'altra parte, per quanto riguarda l'esigenza di *accountability*. Ma è chiaro che una volta ripensata la forma istituzionale delle ONG in relazione a questi tipi particolari di attori coinvolti, si ricadrà su questioni più sostanziali, come "cosa è un salario giusto?" o "i donatori devono rinunciare a ogni forma di paternalismo?".

Brannstrom, Ch. (2004), "Decentralizing Water Resource Management in Brazil", *European Journal of Development Research*, 16(1), pp. 214-234.

Dumont, D. and Claes, P. (2006), *Le nouveau statut des bénévoles*, Bruxelles: Larcier (coll. "Les dossiers du journal des tribunaux"), pp. 80-83.

Dupuis, M. (2005), "Les associations sans scrupules sont doublement condamnables" (conversazione con L. Raphaël), *La Libre* (Belgio), 8 marzo 2005.

Pogge, Th. (2002), *World Poverty and Human Rights. Cosmopolitan Responsibilities and Reforms*, Cambridge: Polity Press, p. 296.

Singer, P. (1972), "Famine, Affluence and Morality", *Philosophy and Public Affairs*, 1, pp. 229-243.

Van Parijs, Ph. (2006), "Global Distributive Justice", dattiloscritto di prossima pubblicazione.

---

1 . Questo testo è l'esito di riflessioni inizialmente presentate al congresso per il decimo anniversario dell'Association pour une Ethique dans la Récolte de Fonds (AERF, Bruxelles), il 17 ottobre 2006. Grazie a Y. De Cordt, L. Deutsch, S. Dumitru, D. Dumont, G. Pleyers, H. Pourtois, M. Soublin, E. Todts, L. Wenar, un lettore dell'AERF e un altro di *Raison Publique* per commenti e suggerimenti su una versione precedente di questo testo. L'autore conserva ben inteso l'intera responsabilità di tutte le imperfezioni contenute nel testo.

2 . Dupuis, 2005.

3 . Per un testo classico che ricorre, a proposito di un altro tema, all'analogia dell'annegamento vedi Singer, 1972.

---

4 . Il codice etico dell'AERF precisa per esempio per quanto concerne i messaggi che si riferiscono alla persona umana che essi "non possono (...) attentare alla dignità umana" (art. 4-2,2).

5 . Il codice etico dell'AERF precisa a questo riguardo che "i messaggi non possono includere alcuna inesattezza, ambiguità, esagerazione, ecc., di natura tale da ingannare il pubblico sullo scopo reale dell'associazione, la sua organizzazione, le modalità e i risultati delle sue azioni, o l'utilizzo dei fondi, dei prodotti o delle prestazioni richiesti" (art. 4-1,1).

6 . Segnaliamo una ragione ulteriore – che vale specificamente per il settore associativo – di stabilire delle regole etiche. Si tratta del fatto che in ragione della sua natura specializzata e orientata verso un fine particolare, un'associazione potrebbe perdere di vista l'interesse generale, inclusa la necessità di rispettare nel perseguire quell'obiettivo un insieme di limiti altrettanto essenziali dal punto di vista della realizzazione dell'interesse generale. In questo caso, non sono le questioni delle esigenze particolarmente forti dei donatori o dell'eccesso di fiducia che potrebbe ribaltarsi in una forte sfiducia a motivare l'attenzione per delle regole. È piuttosto il focalizzarsi dell'associazione su di un problema particolare, il suo carattere specializzato, che rischia di farle perdere di vista altre dimensioni essenziali.

7 . Vedi per esempio lo slogan di [www.DayForDarfur.org](http://www.DayForDarfur.org): "Una volta che tutti i corpi saranno stati interrati in Darfur, come ci giudicherà la storia?" (in *Le Monde*, 13 ottobre 2006, p. 13).

8 . Pogge, 2002. Per una critica di questo argomento vedi Van Parijs, 2006.

9 . Sulla situazione nel diritto belga su questo punto vedi Dumont e Claes, 2006, pp. 80-83.

10 . Brannstrom, 2004.