

<<Indice>>

vii	Introduzione
1	CAPITOLO PRIMO Le spiegazioni sociologiche della teoria dell'azione
33	CAPITOLO SECONDO Il comportamento razionale
47	CAPITOLO TERZO Storia dell'idea di mercato
119	CAPITOLO QUARTO Il concetto di persona, valore sociologico e non meramente economico
229	CAPITOLO QUINTO Il concetto di mercato dall'economia alla sociologia
255	CAPITOLO SESTO I flussi e lo scambio
287	CAPITOLO SETTIMO Lo scambio oggi
313	Bibliografia

Introduzione

Il mercato è e resta il meccanismo che meglio di ogni altro razionalizza l'uso delle risorse disponibili, anche se lo sbilanciamento a favore del mercato può creare le condizioni per la diffusione di un malessere sociale che può provocare un rovesciamento delle condizioni di libertà e di democrazia nel mondo.

Le idee, i paradigmi, le categorie, le metodologie sociologiche sono di difficile classificazione e i fenomeni sociali, se li si vuole analizzare, non riducibili né semplificabili.

La sociologia studia, in concreto, aspetti della realtà, prospettive, con tecniche diverse, nell'ambito della complessità. Essa si presenta come un "sistema aperto" ai contributi linguistico-simbolici, logico-matematici, statistici, giuridici e *last but not least* economici. Come scienza "avanzata" in grado di spiegare sia pure in via provvisoria, i problemi, si pone come un modello originale del sapere, tessuto di scienze empiriche, di teorie e di altre scienze¹.

L'apporto teorico e disciplinare di pensatori che si connotano come economisti e che si sono dedicati agli studi della "società di mercato" è molto importante per gli studi sociologici. La grande tradizione della sociologia europea si nutre degli studi di Smith, di Durkheim, di Pareto, di Weber, della Scuola Austriaca recentemente riportata all'attenzione degli studiosi (da Dario Antiseri e dalla sua scuola), di Simmel, di Schumpeter soltanto per citarne alcuni che hanno affrontato i fatti economici con ottica sociologica.

Gli studenti che provengono dalle Scuole Superiori italiane in larga parte non conoscono l'approccio economico né l'hanno avuta come materia di studio e di esame.

Si trovano a costruire il loro percorso formativo su una lacuna non facilmente colmabile. Questo lavoro cercherà di ovviare questa mancanza con una particolare attenzione al tema del mercato. Primo obiettivo di questa analisi è illustrare il mercato come il luogo degli scambi dei beni. Gli scambi sono atti eminentemente razionali, in quanto retti dai principi della *massimizzazione del risultato* che caratterizzano l'*homo oeconomicus*, categoria scientifica che riveste un aspetto dell'*homo verus*.

Il comportamento dell'*homo oeconomicus* è il caso più emblematico di razionalità applicata e il mercato è l'ambito in cui questi comportamenti razionali si incontrano.

Il comportamento razionale e la logica formale, ripercorrono la storia del pensiero economico in relazione all'idea di utilità e di ottimizzazione dei risultati, un percorso che si intreccia con l'evoluzione del pensiero illuminista e positivista. Ma è dall'analisi del concetto di mercato *come modello da laboratorio* che va ad affiancarsi agli altri strumenti della logica applicata nella trattazione delle situazioni complesse che meglio si evince il modello di mercato come forma di *realtà virtuale* con la quale si possano simulare i comportamenti collettivi; o realizzare un *sistema guida* per i *policy makers* ed anche valutare – in termini di *controllo di gestione* – i costi/benefici delle organizzazioni complesse e perfino delle situazioni complesse in senso lato.

Intento delle riflessioni che seguono non è quello di fare

una apologesi del libero mercato ma soltanto evidenziare i meccanismi che lo regolano, analizzati rispetto alle finalità che intendono perseguire nell'ottica di un concetto di mercato come categoria scientifica applicata e non come categoria ideale storicamente data.

La così detta economia di mercato è infatti ben lontana da quella prefigurata da Adam Smith ed anche da Friedrich von Hayek; essa si configura sin dall'inizio anche sociale. Molti paesi europei hanno fatto passi nella direzione dell'economia di mercato ma in alcuni punti decisivi è ancora il potere politico che determina i processi.

Lo Stato dovrebbe abbandonare posizioni, arretrare dalla vita degli individui, da quella delle istituzioni e delle organizzazioni ma non sempre questo accade.

La società di mercato è una società in cui il bene comune risulta dai comportamenti o meglio dagli interessi individuali e dei singoli gruppi. Gli individui vengono portati da una specie di mano invisibile a realizzare uno scopo che non è per nulla nelle loro intenzioni, come spiega Adam Smith. Il bene comune si origina invece semplicemente dal comportamento degli individui e non può essere definito dal potere politico o amministrativo ².

Del resto lo stesso Weber dimostra come il meccanismo dello scambio non può sottrarsi ad un agire orientato in base all'*etica della convinzione*, un agire *razionale rispetto al valore* ³. E Georg Simmel rafforza il concetto in *I problemi della filosofia della storia* quando scrive "*per il tessuto della vita sociale vale più che mai il detto che neppure il tessitore sa che cosa stia tessendo*" ⁴.

Adam Smith ha dunque insegnato a non aspettarci la

bistecca dalla benevolenza del macellaio. Ma era sempre un provvidenzialista, con la teoria del vizio privato-bene comune come Mandeville, che aveva concepito quella della mano invisibile per attutire l'urto del libero mercato. Se cadono la dottrina evangelica, l'imperativo Kantiano della coscienza oltre che il provvidenzialismo Smittiano resta soltanto la solitudine fra bruti, *homo homini lupus*, senza una luce che illumini il cammino.

Il mercato è stato considerato nell'economia classica la condizione naturale dell'attività economica. La teoria marginalista di Walras ha fornito l'analisi più soddisfacente dell'attività dei mercati e ha avuto l'influenza più importante sul pensiero moderno.

Se l'azione umana è azione individuale, se l'attore sociale agisce in base a meccanismi non sempre logici e razionali, l'economia di mercato, pur non indicando nulla di preciso, va intesa come economia di concorrenza con libertà di ingresso. In essa o in vasti settori di essa, chiunque può liberamente essere venditore o compratore senza impedimenti gravi pur rispettando le regole del vivere civile.

Così l'economia di mercato diventa sinonimo di economia in cui i consumatori sono liberi di esprimere le loro domande e i produttori liberi di soddisfarle o anche di incentivarle.

Il mercato diventa lo strumento per eccellenza di ogni economia rivolta a soddisfare i gusti individuali e perfino i capricci dei consumatori in opposizione alle economie pianificate ove i consumi sono decisi dall'amministrazione centralizzata in nome e per conto delle persone e gli stessi produttori sono di preferenza monopolisti.

Gli economisti, i sociologi, i giuristi, gli storici hanno discusso e discutono il quando e il come l'economia di mercato sia nata e si sia affermata senza raggiungere conclusioni unanimi.

T. Parsons giunge a interpretare le economie antiche, in cui la scarsità di risorse produttive avrebbe dovuto portare a comportamenti razionali, come economie di mercato.

Sorokin, sottolineando come esista “una connessione evidente anche se non assoluta tra la mentalità culturale e il comportamento reale di individui e gruppi”⁵, scopre nella storia l'esistenza di una precisa associazione tra l'aumento e la diminuzione del benessere economico e il tipo dominante di cultura.

Le inferenze principali che si traggono dallo studio dell'aspetto quantitativo della fluttuazione delle condizioni economiche nei sistemi culturali sono interrelate, ad esempio, nelle condizioni economiche e in quelle artistiche, nelle condizioni economiche e in quelle giuridiche, nelle condizioni economiche e in quelle scientifiche, nelle condizioni economiche e in ogni sfera della cultura.

Il mercato, il “contenuto” che riempie il contenitore del diritto privato nazionale e non solo, è il luogo e lo strumento ove si realizza l'umano agire nel sistema delle norme.

Con notazioni prese dalla riflessione sui fatti contemporanei e con esempi storico-politici molto vicini ai nostri anni, si tenterà di dimostrare l'equazione mercato = logica storicamente corretta e di dare al mercato una validità metastorica quasi come le leggi fisiche. Da un punto di vista metodologico molto vi sarebbe da chiosare. Le leggi della fisica, infatti, se formulate per via induttiva attraverso quello

che viene chiamato il quantificatore universale per tutti i casi per cui si dà X si dà anche Y, possono essere smentite dai fatti che sono infiniti.

Dobbiamo ad Hayek la definizione più moderna di mercato: il mercato è un meccanismo di raccolta e di trasmissione di informazioni che sono possedute da milioni di persone e che nessun centro decisionale può detenere. Queste informazioni si modificano continuamente e il mercato serve a coordinare le decisioni di questi milioni di persone adeguandosi in tempo reale continuamente al mutare delle circostanze. L'aumento del prezzo segnala ai consumatori che il bene è divenuto più scarso, ai produttori che la produzione del bene è più conveniente e va incrementata.

E Mises definisce l'economia di mercato come il sistema sociale della divisione del lavoro e della proprietà dei mezzi di produzione. Le azioni di ogni individuo tendono tanto alla soddisfazione dei bisogni degli altri quanto dei propri, pur agendo ciascuno indipendentemente dall'altro.

Il dibattito teorico rimane però aperto sulle infinite variabili dei problemi, popperianamente intesi, che l'economia di mercato pone.

Il dibattito epistemologico e metodologico vedrà sopravvivere le "teorie migliori" selezionate secondo il meccanismo della prova.

Nessuna teoria può sottrarsi alla critica anche se gli strumenti logici della critica (la categoria della contraddizione logica) sono oggettivi ⁶.

Questo assunto di Popper vale anche per l'idea di mercato che, lungi dall'essere una teoria di determinismo economico, anche se interpretata estensivamente come la dot-

trina secondo la quale ogni sviluppo sociale dipende da quello delle condizioni economiche, per sua stessa natura, si sottopone alle regole della concorrenza tra le idee.

Individuo e mercato rappresentano due aspetti complementari dello sviluppo della cultura moderna e contemporanea. L'uno come agente nel regno delle libertà formali che la cultura europea ha dato al soggetto, l'altro come organizzazione e regole della vita collettiva che si certifica densa di processi di interazione e orientata alla razionalizzazione quali-quantitativo dello scambio.

Individuo e mercato rappresentano due *ideal-tipi* di una realtà in mutamento nel trionfo della ragione calcolante. Il mercato è però anche un modo di costruire e rendere funzionale il legame sociale.

Il mercato, nel nostro Paese è programmato in base all'art. 41 della Costituzione che recita: "L'iniziativa economica è libera (ma) non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata ai fini sociali. La persona è considerata meritevole di protezione giuridica "sia come singola sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità", (art. 2) protetta da leggi che ne garantiscono la libertà.

È per questo che la comprensione del mercato si configura come forma di democrazia rappresentativa fondamentale nello studio delle scienze sociali contemporanee.

Il contributo che qui si presenta si avvale di un approccio storico-sociologico dell'idea di mercato a partire dalla

domanda del perché il pensiero filosofico non aveva sviluppato, prima di trecento anni fa, il concetto di un comportamento razionale collettivo nel perseguimento dell'umano agire.

La riflessione da cui nasce questo saggio si origina dalla povertà di valori anche morali che ha indotto il cedimento su un principio di fondo: la libertà economica – che nasce dal mercato.

Il mercato non si configura come una nozione astratta bensì fa riferimento a persone concrete, vive, i consumatori, alla produzione dei beni di consumo nel rapporto tra domanda e offerta. Chi produce inventa, investe in un regime di concorrenza sotto la propria responsabilità.

La responsabilità presuppone regole semplici certe, ampia libertà per i soggetti che ne sono titolari, apprezzamento del rischio individuale in relazione al bene comune nell'ambito della espressione della creatività, della positività dell'individuo, nella intrapresa privata quanto nella gestione della cosa pubblica.

Non ho mai usato nei miei scritti il termine “*Capitalismo*” perché esso ha avuto ed ha ancora un significato equivoco e confuso da quando i paleosocialisti dell'800 lo usarono per sottolineare lo sfruttamento del capitale nei confronti del lavoro umano e *Il Capitale* è infatti l'opera di Marx che ne teorizza la contrapposizione politica, economica e sociale risolvibile dialetticamente con la rivoluzione.

Il connubio democrazia-mercato segna l'esperienza storica dello sviluppo dell'occidente.

L'economia di mercato si è dimostrato un sistema più efficiente dei suoi precedenti storici del suo antagonista contemporaneo, l'economia di piano.

La democrazia rappresentativa si è rivelata il metodo meno perfetto di regolazione dei rapporti politici. La riflessione sul mercato ha subito nel nostro Paese una battuta d'arresto durante il ventennio fascista ed una ripresa asfittica, con poche eccezioni ⁷.

Questo scritto si pone come una sorta di *bridge* per ricostruire, attraverso l'analisi di idee emblematiche, alcuni percorsi di una riflessione che si snoda da Vilfredo Pareto alla Scuola Austriaca di economia dei *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre* (1871) di Carl Menger.

Nello stesso periodo in cui Menger scrisse e pubblicò il suo volume, Jevons e Walras scrissero e pubblicarono le opere in cui espongono il concetto di utilità marginale che ben si sposa con la teoria soggettivistica e il marginalismo sviluppati da Menger.

Nell'età antica e medievale, l'economia dello scambio aveva una portata limitata. Già i tomisti enunciarono una teoria del prezzo giusto come *communis aestimatio* ma, soltanto con quella che si può definire la "rivoluzione marginalista", si apre il ventaglio delle riflessioni sull'idea di mercato. I soggetti, l'utilità, lo scambio, l'equilibrio prezzo-quantità sono le parole chiave delle analisi di Jevons, Walras e Menger: il mercato costituisce un elemento di riflessione per il quale ci si può avvalere anche degli strumenti della logica.

Il mercato come elemento di analisi empirica delle situazioni complesse, si pone al servizio anche della "Metodologia della ricerca sociale" attraverso l'introduzione del concetto di complessità.

Piace sottolineare questo aspetto che rende *l'idea di*

mercato particolarmente vicina all'impostazione didattica delle scienze sociali nella facoltà di "Scienza della Formazione" dell'Ateneo Perugino.

Non intendo però sottacere le implicazioni etiche del comportamento economico a partire dalle analisi di A. Smith e di K. Marx ma anche, attraverso la letteratura di Macchiavelli, di Hirschman, fino ad una conclusione che va a innestarsi nel dibattito odierno sui compiti della destra e della sinistra. L'una chiamata a tutelare il non sovrastare delle regole, l'altra a tutelare l'ottimo paretiano dove i più deboli hanno maggiori difficoltà di rappresentanza. L'economia non è mero profitto: è azione che fa impresa come indica Schumpeter, atto creatore dell'economia, l'atto visionario, come rottura del senso comune, azione che fa innovazione, azione umana intesa come *Streben* verbo del *Faust* di Goethe che si può tradurre con "tendere oltre".

Studiare il tema "mercato" significa fornire alla formazione dei giovani uomini e delle giovani donne, gli strumenti per "pensare" e "abitare" i comportamenti dei soggetti sociali ponderati alla propria capacità di "spesa", farne l'orizzonte delle proprie possibilità etiche, un'occasione e una condizione di libertà.

Inoltre gli italiani sono sempre stati i primi a sviluppare il concetto di commercio e hanno saputo "vendere" la loro cultura nel "mercato" mondiale da tempi antichissimi. Secoli di commerci di successo non hanno mai impedito che la cultura italiana ne fosse danneggiata per la ragione che nessun italiano ha mai creduto che il mercato fosse più importante della cultura.