



[già pubblicato col titolo *La comunicazione delle teorie economiche*, in “YOD Rivista di Filosofia”, 2010, pp.150-158]

LA COMUNICAZIONE DELLE TEORIE ECONOMICHE COME LUOGO DI CONFLITTO FRA VISIONI ‘PRE-ANALITICHE’ ALTERNATIVE

“Se tutti gli economisti si stendessero uno in fila all’altro non raggiungerebbero una conclusione” (J.B.Shaw).

“Un economista è qualcuno che conosce il prezzo di ogni cosa e il valore di nulla” (Oscar Wilde).

“Un economista è un esperto che saprà domani perché le cose che ha predetto ieri non si sono avverate oggi” (L.J.Peter).

“Le idee degli economisti e dei filosofi politici, quelle giuste come quelle sbagliate, sono più potenti di quanto comunemente si pensa. In realtà il mondo è governato da poche cose all’infuori di quelle... Pazzi al potere, i quali odono voci nell’aria, distillano le loro frenesie da qualche scribacchino accademico di pochi anni addietro” (John Maynard Keynes).

1 – Introduzione

Con estrema schematizzazione, si può affermare che esistono due modi di concepire la teoria economica e, conseguentemente, due modi per comunicarne i contenuti. Secondo un primo orientamento, che, seguendo Sen (2002, cap.1) definiremo *ingegneristico*, e che ha le sue radici nella tradizione neoclassico-liberista

[1]

, l'economia è una
scienza

senza aggettivi, che si dà uno statuto epistemologico analogo alle scienze
hard

e alla fisica teorica in particolare

[2]

. Affinché sia possibile costruire in modo scientifico il discorso economico, occorre sostanzialmente concordare su due assunti:

a)
l'agire economico è un agire 'razionale', secondo un criterio di razionalità strumentale in base al quale ciascun operatore massimizza una funzione-obiettivo dati i vincoli di moneta e tempo

[3]

;

b)
i presupposti e le conseguenze di queste azioni prescindono da condizionamenti di natura storica, sociale, istituzionale. Sul piano epistemologico, ciò porta a ritenere scientifica una teoria economica se, oltre a soddisfare il requisito della coerenza interna, soddisfa anche la condizione di falsificabilità

[4]

. A ciò si aggiunge una visione cumulativa della conoscenza, stando alla quale le idee di oggi sono superiori alle idee di ieri o, detto diversamente, la scienza economica procede per progressiva eliminazione di errori e dunque per progressiva approssimazione alla realtà. Letta in quest'ottica, vi è ben poco spazio per la comunicazione in ambito economico e, se vi è, è per così dire ristretto alla mera

informazione

delle più recenti

scoperte

degli economisti; dal momento che non è dato costruire un dibattito intorno a una verità scientifica utilizzando le medesime categorie che hanno portato a questa verità. Il secondo orientamento, che è prassi definire

lato sensu

'critico' e che è comunque fin qui minoritario in ambito accademico, si può costruire

a contrario

rispetto al primo. Esso si fonda sul rifiuto del duplice assioma della sovranità del consumatore e della scarsità delle risorse, a favore di un approccio 'olistico' o di 'macrofondazioni della

microeconomia', stando al quale il comportamento economico dei singoli operatori è condizionato dalla storia individuale e collettiva, dall'assetto istituzionale nel quale tale comportamento si esercita e, non da ultimo, dall'affiliazione a gruppi (o classi) sociali.

In quanto segue, a partire dalla considerazione che è solo accogliendo questo secondo orientamento che si rende possibile il dibattito economico e dunque la sua comunicazione [\[5\]](#), si argomenterà a favore della tesi stando alla quale non si dà comunicazione in ambito economico se non presupponendo una 'scelta di campo' di natura – in senso lato – politica. In tal senso, e ferme restando alcune necessarie precisazioni deontologiche, si accoglie qui la tesi stando alla quale

la comunicazione in ambito economico riflette – in via diretta o indiretta – interessi sociali specifici.

L'esposizione è organizzata come segue. La sezione 2 presenta lo schema teorico di riferimento per un comunicazione in ambito economico di ordine *competitivo*

. La sezione 3 fornisce illustrazioni di casi che rientrano in questa modalità di comunicazione, la sezione 4 affronta il problema della determinazione delle posizioni teoriche dominanti e nella sezione 5 vengono proposte alcune considerazioni conclusive.

2 – Un modello di comunicazione competitiva

Che il tema della comunicazione in Economia sia della massima rilevanza può testimoniare il fatto che il maggior economista del Novecento – John Maynard Keynes – abbia dedicato molte delle sue energie alla persuasione e abbia scelto come titolo di una raccolta di suoi saggi *Essays in persuasion*

(1932), con la seguente precisazione che si legge nella Prefazione:

“Here are collected the croakings of twelve years --the croakings of a Cassandra who could never influence the course of events in time. The volume might have been entitled , for the *Prophecy*

, un- fortunately, has been more successful than the
Persuasion

. But it was in a spirit of persuasion that most of these essays were written, in an attempt to influence opinion.”

Va detto che gli economisti ben di rado si sono occupati del modo in cui trasmettono le loro idee, e più diffusamente hanno semmai *praticato* la persuasione. La riflessione sulla comunicazione in Economia, in linea schematica, fa riferimento a due orientamenti.

1) *L'economia come "retorica"*. Il più autorevole esponente di questa posizione è Donald McCloskey, autore di un celebre volume dal titolo *La retorica dell'economia*

(McCloskey, 1988). Come annota Augusto Graziani, nella all'edizione italiana, si tratta di “un manifesto contro la logica e un appello in favore della retorica, ossia dell'arte del persuadere” (ibid., p.IX). Il principale argomento di McCloskey è che la ricerca in ambito economico non ha a che vedere con lo sforzo del ricercatore di individuare le cause di problemi (disoccupazione, inflazione), ma semmai con lo sforzo di convincere i propri colleghi. Questo meccanismo è amplificato dal massiccio uso della matematica, così che:

“Nel corso della loro conversione a un modo di esprimersi matematico, gli economisti si sono fatti prendere dalla *fede* di chi partecipa a una crociata, aderendo a un insieme di dottrine filosofiche che li rende, ora, inclini al fanatismo e all'intolleranza” (McCloskey, 1988, p.17, corsivo aggiunto).

Va detto che questa considerazione è in larga misura vera se si considera l'Economia come un *corpus*

unificato: in tal senso, si può condividere l'affermazione secondo la quale la gran parte degli economisti matematici è intollerante, il che è peraltro 'giustificato' dal fatto che chi crede che l'economia sia una scienza esatta, resa tale dagli strumenti formali di analisi e in quanto tale portatrice di verità scientifiche, non può conseguentemente accettare critiche

[\[6\]](#)

. E tuttavia, la posizione di McCloskey è criticabile alla luce delle seguenti osservazioni:

i) esiste un'ampia platea di economisti, sebbene minoritaria in Accademia, che non ritiene di poter produrre verità scientifiche e non ritiene di poter fornire previsioni corrette. In tal senso, l'accusa dell'autore può essere semmai rivolta a quella che si è definita l'Economia

ingegneristica.

ii) Come osserva Graziani (ibid., p. XIV), la convinzione di McCloskey secondo la quale una teoria viene battezzata come scientifica se vi è il “consenso degli esperti” lascia irrisolto il problema della selezione degli esperti stessi e non chiarisce che, di norma, il processo non è solo interno alla comunità scientifica, non essendo esenti ‘incursioni’ di “interessi organizzati”.

iii) Riccardo Bellofiore (in Marzola e Silva, a cura di, 1990) fa rilevare che la posizione di McCloskey non è per nulla neutrale. Sintetizzata nella teoria “tutto è concesso perché nulla conta”, essa costituisce, ad avviso dell’autore, il tentativo di condurre il discorso economico nell’alveo di una precisa posizione filosofica – il post-moderno – che espelle da tutto ciò che è possibile definire scienza la Storia e soprattutto la dimensione politica.

2) *La persuasione finalizzata alla politica.* Keynes – Come osserva Bellofiore (in Marzola e Silva, 1990, a cura di, p.107, corsivo aggiunto): “La strategia retorica di Keynes rivendica l’obiettivo di convincere il destinatario come *mezzo per trasformare la realtà*”.

”. Più in dettaglio, Keynes distingue fra *inside opinion* e *outside opinion*, dove la prima attiene al circuito della riproduzione del sapere e, dunque, sostanzialmente all’opinione degli ‘addetti ai lavori’ e degli economisti di professione, e la seconda riguarda il circuito della diffusione delle idee economiche attraverso i *media* e, dunque, i loro fruitori. Scrivendo in un contesto storico nel quale l’urgenza è dettata dall’impostazione della Pace di Versailles (e, dunque, secondo Keynes, dalla ricerca di una soluzione che non penalizzi eccessivamente la Germania sconfitta nella prima guerra mondiale), Keynes ritiene che sia innanzitutto l’opinione esterna a essere oggetto di persuasione: ed è questa convinzione che caratterizza – nelle sue linee generali – l’impostazione di Keynes e degli economisti keynesiani in materia di comunicazione/divulgazione delle idee economiche. Una questione che si pone *a latere* dell’impostazione keynesiana – e che attiene alla persuasione della *inside opinion* - riguarda la maggiore incisività delle *critiche ‘esterne’* rispetto alle *critiche ‘interne’*.

. Le prime riguardano la costruzione di modelli economici

alternativi

rispetto a quelli dominanti; le seconde riguardano l'individuazione di *incongruenze logiche ed empiriche* delle tesi prevalenti

[7]

. Anche all'interno dell'Economia Politica 'critica', non vi è unanime consenso sulla prevalenza dell'una o dell'altra strategia, e non si esclude che possano coesistere. Si può osservare, a riguardo, che la tradizione keynesiana ha generalmente fatto propria la prima impostazione. Uno fra i suoi più autorevoli esponenti, Augusto Graziani (1997, p.17) ha motivato questa scelta come segue:

“... risulta debole la posizione di coloro che, volendo combattere l'una o l'altra visione, si sforzano di scoprire un errore nella costruzione logica della scuola nemica. Debole perché arriva quasi ad ammettere che, se gli errori potessero essere eliminati, la costruzione teorica che si intende criticare risulterebbe accettabile; mentre, trattandosi di visioni contrapposte, ciascuna delle due, anche se riportata alla sua formulazione più rigorosa, deve risultare incompatibile con l'altra”.

In sostanza, e ferma restando quest'ultima questione, il *discrimen* fra le due posizioni (McCloskey versus Keynes) verte intorno alla questione se la persuasione in Economia sia, nei fatti, destinata a *uso interno*, e, dunque, faccia proprio il ricorso a espedienti retorici che avvantaggiano solo chi comunica, per propri specifici fini attinenti alla sua professione o, per contro, se la persuasione abbia *finalità generali*, ovvero sia pensata per incidere sugli indirizzi della politica economica. Al di là delle *motivazioni* che sono alla base dell'uso di strumenti retorici in Economia, ciò che maggiormente conta – ai fini del nostro discorso – è che la prima posizione, su un piano squisitamente normativo, è inaccettabile per chi ritiene che la teoria economica abbia una qualche utilità sociale.

Riprendendo quanto qui stabilito inizialmente, solo se si accoglie l'idea che esistano teorie economiche contrastanti, tutte di pari dignità scientifica, ha senso porsi la domanda che dà il titolo a questo contributo, ovvero “come comunicare l'economia?”, se per comunicazione non si intenda la mera informazione relativa alle nuove verità della scienza economica, o il loro aggiornamento.

La tesi che si intende qui sostenere può riassumersi nei seguenti punti.

1. La *teoria* economica è un campo nel quale si esercita il confronto fra posizioni contrastanti. Tali posizioni, seguendo Schumpeter (1990 [1954]), riflettono la “visione pre-analitica” dell’autore e, in quanto attengono alla sua ‘visione del mondo’, riflettono anche la visione in senso lato politica di chi elabora teorie economiche. A titolo esemplificativo, una teoria economica che ‘dimostri’ che la flessibilità del lavoro crea occupazione non è affatto neutrale rispetto a giudizi di valore, laddove presuppone che chi si è impegnato a ‘dimostrare’ questa proposizione fa proprio – sebbene, di norma, implicitamente - un orientamento teorico-politico di matrice liberista. A ciò si può aggiungere che, soprattutto nei contesti istituzionali nei quali la ricerca è direttamente finanziata da imprese private, si manifesta (implicita o esplicita) una *domanda politica di idee economiche*, che con ogni evidenza non può confliggere con gli interessi dei quali quelle imprese sono portatrici.

2. Se una teoria economica viene elaborata (anche) per influenzare le scelte di politica economica, e il meccanismo di trasmissione dalla teoria alla *policy* passa mediante la comunicazione, la teoria cessa di essere oggetto di disputa sulle riviste accademiche ed entra nel dibattito pubblico. Una volta resosi possibile questo passaggio, si attivano meccanismi di *persuasione* nei confronti dei ‘non addetti ai lavori’, che, per grandi linee, si articolano sulla base delle traiettorie descritte in fig.1.

Sia A una data proposizione e B una proposizione di segno contrario. Ciascuna delle due proposizioni è *già* suffragata da argomenti (x , y nel primo caso; a e b nel secondo). Si assuma di riconoscersi nella posizione B. Un modello di comunicazione competitiva impone di persuadere circa la ‘falsità’ della proposizione A. Il che può essere fatto sostanzialmente in due modi. Il primo (1) attiene all’individuazione di fallacie di ordine teorico e/o empirico eventualmente presenti nella tesi A. Il secondo (2) attiene all’individuazione di nuovi argomenti (g , d etc.) a sostegno della tesi che si vuole accreditare.

—

TESI A - argomenti x, y TESI B – argomenti a, b

Confutazione teorica (1a) e/o empirica (1b) Argomentig, d ...

Fig. 1 - Un modello di comunicazione economica 'competitiva'

Si osservi che il principale *vincolo deontologico* che occorre rispettare, in questa prospettiva, ovvero quello più immediatamente proprio della comunicazione economica, attiene alla corretta indicazione delle fonti dalle quali si attingono i dati per confutare la tesi A. Questo vincolo, oltre ad avere natura 'etica', è esso stesso funzionale alla riproduzione della 'gara', dal momento che – laddove il vincolo non fosse rispettato - il sostenitore della tesi A non sarebbe posto nella condizione di replicare. Inoltre, il rispetto del vincolo è anche funzionale ad accreditare la propria tesi, dal momento che si può ragionevolmente supporre che maggiore è l'autorevolezza della fonte citata maggiore è la capacità di persuasione. E' agevolmente comprensibile che un dato riportato dall'ISTAT ha maggiore valore persuasivo rispetto a un dato riportato da un centro di ricerca non ufficiale e meno noto. A riguardo, e incidentalmente, occorre soffermarsi sul ruolo della Statistica ai fini dell'argomentazione economica. E' cosa ben nota ai commentatori economici – e ovviamente agli statistici - che i dati possono essere 'manipolati' al punto da far

dire loro ciò che *conviene* che essi dicano: è questo il senso dell'affermazione ricorrente fra gli 'addetti ai lavori' secondo la quale "usiamo le statistiche come gli ubriachi usano i lampioni: non a scopo di illuminazione, ma a scopo di sostegno". Il che può essere mostrato con un semplice esempio. Se si intende dimostrare che i cittadini italiani sono sensibili all'igiene dei servizi pubblici, alla domanda "Lei è disposto a pagare per avere servizi pubblici puliti?" si sostituisce la domanda "Lei ritiene che i servizi pubblici debbano essere puliti?". I risultati dei questionari somministrati daranno verosimilmente una elevata percentuale di risposte positive; il che induce a ritenere che i cittadini italiani – come si voleva dimostrare – sono attenti alle condizioni igieniche

[\[8\]](#)

3 – Esempificazioni del modello

In questa sezione, si dà conto di alcune possibili esemplificazioni di comunicazione competitiva in ambito economico, traendo spunto dalla contingenza del dibattito sui grandi temi della politica economica del 2009. E il grande tema sul quale si sono esercitati i commentatori nel corso dell'ultimo anno è la crisi economica. Schematicamente, il dibattito si snoda intorno alle seguenti posizioni. In ambito liberista, la posizione dominante fa propria la convinzione che la crisi dipenda, in ultima analisi, dal *greed* di banchieri e speculatori, ovvero dalla loro avidità e dal perseguimento 'esagerato' di rendimenti crescenti delle loro attività finanziarie. Sul fronte opposto, si ritiene che la crisi sia imputabile alla caduta dei salari e al connesso crescente indebitamento privato, che ha dato luogo – in condizioni nelle quali esso è stato finanziato anche in assenza di garanzie reali (i cosiddetti mutui *subprime* *SU*

) – a crescenti insolvenze da parte dei risparmiatori e, a catena, a crescenti sofferenze bancarie, riduzioni dell'offerta di moneta, dunque della produzione e dell'occupazione

[\[9\]](#)

. In tal senso, si può affermare che, nel primo caso, la crisi ha origini nella sfera finanziaria, mentre nel secondo caso la causa ultima va rintracciata nelle dinamiche dell'economia reale e,

in particolare, del mercato del lavoro.

Al di là dei contenuti specifici del dibattito, che evidentemente come ogni dibattito di politica economica ha natura strettamente contingente, occorre rimarcare che, anche in questo caso, la direzione di causalità del *polemos* va dalla posizione critica a quella liberista, nel senso che – dato l'ampio spazio riservato agli esponenti di quest'ultimo orientamento – i primi sono costretti, per così dire, a 'rincorrere' criticamente l'orientamento dominante

[\[10\]](#)

. Nel dettaglio, la critica alla tesi del

greed

sta nella constatazione che la presunta avidità dei banchieri e degli speculatori si sarebbe manifestata, in primo luogo, nel pieno rispetto della legalità e, in secondo luogo, si fa rilevare che non è chiarito per quale ragione d'un colpo questi operatori sarebbero diventati maggiormente propensi al rischio, secondo la direzione (1a) dello schema 1

[\[11\]](#)

Ciò che, in questa sede, merita di essere discusso è soprattutto il fondamento ultimo del confronto. Evitando di addentrarsi in questioni di ordine tecnico relative al funzionamento dei mercati azionari, può essere sufficiente considerare che l'implicazione di politica economica che discende dalla tesi dell'avidità consiste in una maggiore regolamentazione dei mercati finanziari ed esclude, di conseguenza, la possibilità di interventi dello Stato per migliorare l'assetto distributivo. Per contro, è precisamente quest'ultima opzione che viene invocata dagli economisti qui definiti critici: in quanto la crisi ha origine nella diseguale distribuzione del reddito e, in particolare, nella caduta dei salari reali, occorre che lo Stato si faccia carico di accrescere la domanda mediante interventi di redistribuzione del reddito a vantaggio delle fasce sociali più deboli.

Nell'ambito del dibattito sulla crisi, viene ripresa la controversia relativa agli effetti della 'flessibilità del lavoro' sull'occupazione. A fronte della *vulgata* liberista secondo la quale "solo sapendo di poter licenziare le imprese assumono", gli economisti di orientamento critico fanno osservare che ciò non accade per almeno due ragioni. In primo luogo, la flessibilità riduce la propensione al consumo dei lavoratori, perché a fronte della possibilità di mancato rinnovo del contratto, e dunque, della maggiore incertezza sui redditi futuri, i lavoratori reagiscono proteggendosi dal rischio di disoccupazione, dunque riducendo i consumi. D'altra parte, per l'operare dell'effetto di disciplina, la 'minaccia' di licenziamento aumenta l'intensità del lavoro. L'aumento della produttività e la contestuale caduta della domanda, per effetto della compressione della propensione al consumo, determina, in ultima analisi, la riduzione dell'occupazione. A ciò si aggiunge che l'adozione di contratti flessibili, e in generale le politiche di compressione dei costi, tendono a disincentivare le innovazioni e la crescita dimensionale

delle imprese.

Come rilevava

Keynes: “se si paga meglio una persona si rende il suo datore di lavoro più efficiente, forzandolo a scartare metodi e impianti obsoleti, affrettando la fuoriuscita dall’industria degli imprenditori meno efficienti, elevando così lo standard generale” (cfr. Forges Davanzati, 2005). In più, stando ai dati ufficiali (OCSE, in particolare), l’evidenza empirica mostra che nei Paesi nei quali l’indice di protezione dei lavoratori è più alto sono più alti i salari e, di norma, è maggiore il tasso di occupazione. Stando allo schema 1, la critica muove lungo le direttrici 1a, 1b e 2 e, tuttavia, per le ragioni esposte a seguire, l’opinione dominante – non solo in ambito accademico, ma anche fra i *policymaker*

- continua a essere derivata dall’impostazione neoclassico-liberista.

4 – Come si determinano le posizioni teoriche dominanti

Le esemplificazioni qui proposte costituiscono un chiaro esempio del fatto che la comunicazione in ambito economico ha natura competitiva dal momento che riflette ‘visioni pre-analitiche’ (e, dunque, *lato sensu* politiche) inconciliabili. Il problema che ne deriva attiene all’individuazione dei fattori che portano al successo dell’una o dell’altra visione, intendendo per successo l’adesione alla tesi *A* (o *B*) del massimo numero di lettori e, soprattutto, la traduzione dell’una o dell’altra tesi in provvedimenti di politica economica. In altri termini, ciò che occorre rilevare è il meccanismo che porta alla determinazione delle posizioni teoriche rilevanti. A riguardo, possono essere rappresentati due scenari:

a) *La comunicazione in regime di alta alfabetizzazione economica*. In questo scenario, in larga misura ipotetico nel quale si può supporre che coloro che ricevono le informazioni siano in grado di valutarne la correttezza scientifica, la prevalenza della tesi *A* dovrebbe teoricamente dipendere dal giudizio *puram*
ente scientifico

formulato da chi ne viene a conoscenza. Questo esito è meramente ipotetico, dal momento che – per le medesime ragioni esposte

supra

– così come chi comunica lo fa sulla base di visioni pre-analitiche, chi riceve la comunicazione

ne valuta i contenuti sulla base di 'visioni pre-analitiche'. In tal senso, si può affermare che, in uno scenario di questo tipo, è maggiore – rispetto a quello descritto a seguire – la probabilità che vengano individuati possibili errori o incongruenze in una o nell'altra tesi, ma ciò non appare dirimente ai fini dell'esito della controversia.

b) *La comunicazione in regime di bassa alfabetizzazione economica.* In questo scenario, ciò che cambia rispetto al caso precedentemente descritto attiene alla minore probabilità che eventuali errori, imprecisioni, incongruenze vengano individuate dai destinatari del messaggio. In tal senso, il secondo scenario lo si può intendere come *meno 'democratico'* rispetto al primo, dal momento che la comunicazione, anche di natura competitiva, è meno soggetta a valutazione da parte di terzi. In altri termini, è relativamente più semplice – in questo scenario – *imporre* come vere teorie economiche suscettibili di confutazione.

Gli scenari ora delineati fanno riferimento al modo in cui l'esito della 'gara' può essere eventualmente modificato da interventi 'dal basso'. Non si esclude, e appare anzi di massima rilevanza, che l'intervento dal basso possa tradursi in modifiche negli orientamenti di voto, dal momento che – sulla base di quanto fin qui esposto – gli indirizzi di politica economica sono parte integrante (e di rilevanza crescente) degli indirizzi di politica generale. Realisticamente, tuttavia, occorre riconoscere che – nel panorama contemporaneo, e non solo italiano – la dialettica prevalente assume un segno diverso: in estrema sintesi, 'vince' chi ha più spazio nell'arena comunicativa e lo spazio disponibile è strettamente correlato con le risorse disponibili.

Sebbene questa conclusione possa apparire sotto molti aspetti di buon senso, essa poggia su un meccanismo di riproduzione del sapere più complesso, che *solo in un secondo momento* diventa comunicazione-divulgazione. In altri termini, la disponibilità di risorse è condizione necessaria ma non sufficiente per acquisire egemonia: anche grandi spazi di comunicazione disponibili possono generare esiti inefficaci ai fini della persuasione, se non sono 'riempiti' da efficaci

contenuti

della comunicazione. L'efficacia dei contenuti dovrebbe rispondere a un duplice requisito:

- i)
le teorie divulgate devono avere un adeguato sostegno teorico ed empirico;
- ii)
devono essere sufficientemente semplici o almeno facilmente semplificabili, e tanto più semplificabili quanto più il contesto nel quale ci si muove è un contesto di bassa alfabetizzazione economica.

Il problema diventa, allora, l'individuazione delle ragioni che rendono (o hanno reso fin qui) dominante la teoria economica neoclassico-liberista. La *Rivista italiana degli economisti*, organo ufficiale della S.I.E. (Società italiana degli economisti) ha dedicato ampio spazio a riflessioni su questi temi. In estrema sintesi, anche in queste sedi, si confrontano due posizioni confliggenti. Da un lato, vi è il richiamo a maggior pluralismo nella ricerca economica; dall'altro, vi è la convinzione che il pluralismo in Economia porta a difendere – per usare un'espressione di Guido Tabellini - “specie in via di estinzione” (v. Porta, 2007). In questa sede, ci si può limitare a individuare due cause dell'egemonia del pensiero liberista:

i)

quello che viene definito il “riflesso pantaleoniano” (Porta, 2007, p.309), ovvero la convinzione – tratta dall'economista italiano Maffeo Pantaloni, attivo gli inizi del Novecento - che non esistano teorie economiche alternative, ma una sola verità economica (così che l'Economia si dividerebbe in due scuole: chi la conosce e chi la ignora);

ii)

la maggiore rispondenza delle implicazioni di
policy
del
mainstream
rispetto agli interessi materiali in campo

[\[12\]](#)

Viene così a configurarsi il seguente circuito di riproduzione del sapere e della relativa comunicazione in ambito economico: 1. Il maggiore finanziamento alla ricerca *mainstream* genera la maggiore numerosità di studiosi impegnati in quell'ambito; 2. Il che produce una maggiore numerosità di ricerche di orientamento neoclassico-liberista; 3. Il che consente, in sede di divulgazione, di disporre di una più ampia mole di materiale teorico ed empirico alla quale attingere per persuadere.

5 – Considerazioni conclusive

In questo saggio, si è affrontato il modo in cui gli economisti comunicano le proprie teorie ai 'non addetti ai lavori'. Assunto che l'Economia politica non è una scienza esatta, si è mostrato come sul suo terreno si confrontino teorie alternative e confliggenti, che riflettono 'visioni pre-analitiche' contrastanti. Ciò comporta che la comunicazione in ambito economico non può non essere di natura competitiva e che, dunque, ciò che viene comunicato/divulgato non è meramente la scoperta di una nuova verità scientifica, ma una teoria che, in quanto tale, è sempre suscettibile di essere respinta e alla quale, comunque e di norma, si contrappone una teoria alternativa. Si è mostrato come l'acquisizione di posizioni dominanti passi innanzitutto attraverso il canale della comunicazione nell'ambito propriamente scientifico e come, in questo stesso ambito, esistano meccanismi di natura *lato sensu* politica che condizionano la natura e gli indirizzi della produzione scientifica.

Riferimenti bibliografici

Brancaccio, E. (2009). *La crisi del pensiero unico*. Milano: Angeli.

Forges Davanzati, G. (2005). *Distribuzione del reddito, istituzioni, moneta*. Lecce: Milella.

Graziani, A. (1997). *I conti senza l'oste*. Torino: Boringhieri.

Marzola, A. e Silva, F. (1990). *John M. Keynes. Linguaggio e metodo*. Bergamo: Lubrina Editore.

McCloskey, D. (1988). *La retorica dell'economia. Scienza e letteratura nel discorso economico*.

Scritto da Guglielmo Forges Davanzati
Mercoledì 15 Giugno 2011 20:06

Torino: Einaudi, con Introduzione di Augusto Graziani.

Porta, P.L. (2007). *Eccellenza con pluralismo*, "Rivista italiana degli economisti", n.2, pp.308-315.

Realfonzo, R. (2007). *Intervento nel dibattito sulla valutazione della ricerca*, "Rivista italiana degli economisti", n.2, pp.315-319.

Roncaglia, A. (2001). *La ricchezza delle idee*. Roma-Bari: Laterza.

Schumpeter, J.A. (1990 [1954]). *Storia dell'analisi economica*. Torino: Boringhieri

Sen, A. (2002). *Etica ed economia*. Bari: Laterza.

[1] Per un inquadramento storico-teorico di questo paradigma, cfr., fra gli altri, Roncaglia (2001).

[2] Ciò è reso possibile essenzialmente dall'assioma stando al quale esiste *un'unica motivazione dell'agire economico*, che attiene alla cosiddetta razionalità strumentale: la massimizzazione di una data funzione-obiettivo, dati i vincoli di moneta e di tempo, ovvero la ricerca – su basi individuali – della scelta più conveniente, in condizioni di informazione perfetta e completa.

[3] Si osservi che questo assunto incorpora gli assiomi della 'sovranità del consumatore' – stando al quale la scala e la composizione merceologica dell' *output* riflette le preferenze esogene dei consumatori stessi (il che attiene, a sua volta, all'individualismo metodologico ed etico) e della scarsità esogena delle risorse, secondo il quale *tutte* le risorse disponibili sono scarse relativamente ai bisogni per un vincolo di natura esclusivamente *naturale*.

[4] Come è noto, secondo questa posizione, una teoria è scientifica non quando è vera ma quando contiene elementi che possono essere oggetto di falsificazione. Il più accreditato esponente di questa posizione in Economia è stato Milton Friedman.

[5] In quanto segue, si intenderà per riceventi coloro che non sono economisti di professione, con particolare riferimento all'opinione pubblica, comunque la si voglia intendere, e i responsabili della politica economica.

[6] E' possibile anche che l'autore esageri nell'attribuire agli economisti matematici una consapevole visione filosofica.

[7] Questa demarcazione riflette la logica del modello di comunicazione competitiva (v. *infra*, fig.1): il primo ordine di critica riguarda la traiettoria (2), mentre il secondo ordine di critica è riflesso nella traiettoria (1).

[8] Ringrazio il collega Enrico Ciavolino per avermi segnalato questo esempio.

[9] Per una ricostruzione analitica di questa posizione, si rinvia a Brancaccio (2009).

[10] Stando alle considerazioni relative al dominio del *mainstream* nei *media* che verranno svolte a seguire, si può ragionevolmente affermare che – ad oggi, e non solo nel panorama mediatico italiano – il dibattito è fortemente asimmetrico, a danno delle posizioni ‘critiche’.

[11] Il tema è trattato, in particolare, da E. Brancaccio, *Un’ombra in fondo al tunnel*, www.economiaepolitica.it

, al quale si rinvia per approfondimenti.

[12] A ciò si può aggiungere il fatto che i finanziamenti della ricerca, o anche la sola reputazione del ricercatore, in Economia sono calibrati sulla base di indicatori (*in primis*, l’“Impact Factor”) che premiano le riviste più lette che, a loro volta, sono le riviste che godono di maggiori finanziamenti. Per una critica a questa impostazione si rinvia a Realfonzo (2007)