

8. Critica degli ottimi paretiani

di Sergio Ricossa

Molti fautori dell'economia di mercato hanno creduto di dimostrare che

a) il fine sociale da perseguire sia di giungere in un punto di ottimo paretiano;

b) un mercato in equilibrio di concorrenza perfetta sia condizione sufficiente, se non necessaria, per conseguire il fine in a).

I critici si sono prevalentemente occupati di b) sostenendo che:

c) un mercato di concorrenza perfetta non esiste nella realtà;

d) se anche esistesse, bisognerebbe di particolari assunzioni semplificatrici per verificare la proposizione in b). «Se appena non vengono accolte alcune assunzioni semplificatrici correnti, vi possono essere equilibri concorrenziali che non sono ottimi paretiani, e allocazioni ottime che non possono essere equilibri concorrenziali (a esempio, con beni indivisibili)» [Montesano 1987, 10].

Poiché le critiche c) e d) sono fondate, si conclude generalmente in senso sfavorevole al mercato. Scopo delle nostre pagine non è di confutare c) e d), bensì di respingere a). Ciò fatto, si vedrà che il mercato di concorrenza (non perfetta) ha un altro fine principale completamente diverso, e che lo può realizzare con successo. Invece, i fautori dell'economia di mercato, che sostengono a) e b), danneggiano la loro stessa causa.

La confutazione di a) è già stata compiuta da Rowley e Peacock [1975]. Noi ci limiteremo ad aggiungere alcune note, che si ispirano ai concetti della scuola neoclassica «austriaca» e schumpeteriana. Sostituiamo così a) con

e) il fine sociale da perseguire sia di ottenere un rapido ritmo di innovazione tecnologica e merceologica, ovvero un rapido progresso.

Definiamo *innovazione tecnologica* l'uso di nuovi processi per produrre vecchi beni di consumo, o l'uso di vecchi o nuovi processi per produrre nuovi beni di investimento; *innovazione merceologica* l'uso di vecchi processi per produrre nuovi beni di consumo. *Progresso* è semplicemente l'aumento delle occasioni od opportunità aperte all'uomo, a prescindere dal fatto che egli ne faccia un uso buono o cattivo.

Vi sono alcune ragioni per ritenere che un mercato di concorrenza (non perfetta) sia utile per realizzare il fine in e). Per *mercato di*

concorrenza intendiamo semplicemente un mercato il cui ingresso sia libero a qualunque imprenditore e a qualunque consumatore in possesso dei mezzi economici necessari. Il presupposto è che la concorrenza fra gli imprenditori si svolga prevalentemente a colpi di innovazione, e che esista un procedimento per mezzo del quale siano i consumatori, in ultima analisi, a decretare il successo o l'insuccesso dell'innovazione. Il successo o l'insuccesso è misurato dal profitto (iniziale) dell'innovatore.

L'utilità del mercato di concorrenza si può giudicare superiore a quella alternativa di un comitato politico di esperti, che valuti le proposte di innovazione, qualora

1) sia difficile o impossibile valutare le innovazioni *a priori*, senza concedere a tutti la libertà di sperimentarle¹;

2) si desideri che la valutazione avvenga da parte dei consumatori².

Assegnare al mercato innanzi tutto il fine in *e*) significa spingerlo verso lo squilibrio, non verso l'equilibrio. L'innovazione o il progresso è per sua natura destabilizzante. Meglio il mercato persegue il fine in *e*), e peggio persegue il fine in *a*). Il progresso, come sopra definito, non porta necessariamente a un ottimo paretiano, e anzi è comune che vi siano le «vittime» del progresso: tali si considerano gli innovatori senza successo e i non innovatori in caso di felice innovazione altrui. I vecchi interessi sono danneggiati dall'irrompere del nuovo³.

Occorre distinguere il momento dell'innovazione dal momento successivo in cui ci si adatta all'innovazione (imitando l'innovatore o in altro modo). La teoria dell'equilibrio si occupa soltanto del secondo momento, e trascura il primo, che è il più importante.

¹ Il nostro esempio preferito è che all'inizio del XX secolo nessuno sapeva con certezza se le automobili sarebbero state di preferenza a benzina, a vapore o a elettricità. Non pochi esperti puntavano sul vapore e sull'elettricità. Gli esperti forse conoscono tutto del passato, ma l'innovazione riguarda il futuro.

² È arcinoto che le scelte dei consumatori sono condizionate dalla pubblicità commerciale ecc. Ma poiché è impossibile vivere in società senza subire il condizionamento degli altri, è da supporre che anche l'alternativa del comitato politico di esperti avrebbe qualche inconveniente del genere. Si aggiunga che il condizionamento può provocare effetti positivi, non solo negativi.

³ Hayek (1986), sostiene con buoni argomenti che i vecchi interessi danneggiati dal progresso non abbiano alcun diritto morale a essere risarciti. Ciò non esclude che una autorità pubblica si presti a lenire in qualche modo le sofferenze del cambiamento.

Riferimenti bibliografici

- Hayek, F. (1986), *Legge, legislazione e libertà*, Milano, il Saggiatore.
- Montesano, A. (1987), *La teoria del valore dell'equilibrio economico generale*, Roma, Relazione per Società degli economisti.
- Rowley, C. K. e Peacock, A. T. (1975), *Welfare Economics: a Liberal Restatement*, London, Robertson.