



Via Po, 53 - 10124 Torino (Italy)
Tel. (+39) 011 6702704 - Fax (+39) 011 6702762
URL: <http://www.de.unito.it>

WORKING PAPER SERIES

IL CONCETTO DI *IMAGE* NEL PENSIERO DI KENNETH BOULDING E LE IMPLICAZIONI PER LA TEORIA ECONOMICA CONTEMPORANEA

Roberta Patalano e Salvatore Rizzello

Dipartimento di Economia "S. Cagnetti de Martiis"

Centro di Studi sulla Storia e i Metodi dell'Economia Politica
"Claudio Napoleoni"
(CESMEP)

Working paper No. 08/2002



Università di Torino

Il concetto di *image* nel pensiero di Kenneth Boulding e le implicazioni per la teoria economica contemporanea¹

Roberta Patalano

Dottorato di Economia Pubblica
Università di Roma “La Sapienza”
robiavela@tin.it

Salvatore Rizzello

Centre for Cognitive Economics
Università del Piemonte Orientale
salvatore.rizzello@unito.it

Imagination is more important than knowledge
(Albert Einstein)

Abstract

Alcuni recenti contributi alla teoria economica contemporanea utilizzano il concetto di *image* nell’analisi dei processi decisionali e nella teoria dell’impresa. Nel primo caso i punti di riferimento sono rappresentati soprattutto dalla *Carnegie school of behavioral economics*, con riferimento in particolare a Simon e March, recentemente estesi anche a Shackle. Nel caso della teoria dell’impresa, questo filone viene integrato con la tradizione austriaca sul ruolo del coordinamento e dell’imprenditorialità. Entrambi i filoni di ricerca condividono un approccio “cognitivo” all’analisi economica. Tuttavia, in nessun caso si tiene in considerazione il rilevante contributo di Kenneth Boulding sul concetto di *image*, a cui egli ha dedicato un intero volume e alcuni saggi.

Obiettivo di questo paper è di colmare questa lacuna e di discuterne la rilevanza per la teoria economica contemporanea. Pubblicato negli anni ’50, “*The Image*” spiega come il comportamento umano sia guidato da un repertorio di immagini. In particolare si fa riferimento all’immagine che si ha del mondo, la quale include una rappresentazione del sé. Attraverso l’esame di aspetti propri della biologia, della scienza organizzativa, dell’economia, della sociologia, della psicologia sociale e della politica Boulding evidenzia come il legame tra immagine e comportamento attraverso trasversalmente il territorio di diverse discipline. Proprio in virtù di questo intenso potere unificante, egli suggerisce di individuare nei processi di costruzione e trasformazione delle immagini il fondamento teorico di una nuova scienza, l’“*Eiconics*”, intesa come spazio di dialogo per ricercatori che operano in diversi campi del sapere.

In tale percorso logico le immagini presentano alcune caratteristiche di fondo: sono *path-dependent*, ovvero legate alla storia dell’individuo e alla traiettoria evolutiva già percorsa, resistono ai cambiamenti quando raggiunte da nuovi flussi di informazione, sono un elemento di coesione sociale in quanto creano sistemi di valori condivisi, sono duttili e in grado di assumere nuove forme. Tali caratteristiche sembrano suggerire rilevanti punti di contatto con temi attualmente dibattuti nell’ambito del *problem-solving*, in particolare con le modalità di rappresentazione mentale dei problemi. Esse possono inoltre arricchire l’analisi sulle organizzazioni, suggerendo indicazioni nuove sulla loro natura, sopravvivenza ed evoluzione. Inoltre, sviluppando le indicazioni di Boulding, sembrerebbe emergere un nuovo concetto di cambiamento quando correlato alla evoluzione delle immagini e alla plasticità in esse insita.

JEL Classification B25, B31,

Parole chiave: immaginazione, Boulding, storia dell’economia cognitiva, decisioni, path-dependence

¹ Gli autori sono grati a Cristiano Antonelli, Giuseppe Clerico, Roberto Marchionatti e Andrea Salanti per i loro utili commenti.

Introduzione

In un recente articolo apparso su *Industrial and Corporate Change*, Mie Augier e Kristian Kreiner individuano nell'immaginazione una parte rilevante del processo umano di decision-making (Augier-Kreiner 2000). Nel panorama della letteratura economica che presta attenzione anche agli aspetti cognitivi per la comprensione di alcuni rilevanti fenomeni dinamici, come i processi decisionali o i processi di cambiamento, il paper di Augier e Kreiner ha certamente il merito di porre al centro dell'interesse degli studiosi una categoria analitica, "l'immaginazione", rimasta finora molto ai margini della letteratura di riferimento. Gli autori a cui si rifanno Augier e Kreiner sono George Shackle, James March e Herbert Simon, di cui vengono presentate e comparate le idee su razionalità, incertezza e appunto immaginazione.

Pur non volendo entrare nei contenuti specifici dell'articolo, cui rinviamo il lettore interessato, non si può non cogliere un'evidente lacuna che riguarda la totale assenza di riferimento a un economista eclettico –o almeno non meno eclettico di Shackle, March e Simon – che negli anni '50 ha scritto un libro sull'immaginazione, che, a parere di chi scrive, è di grande attualità e di grande interesse. Si tratta di *The Image* di Kenneth Boulding, pubblicato negli Stati Uniti nel 1956 e che ha trovato finora scarsa diffusione tra gli economisti.

In un certo senso, *The Image* ha vissuto la stessa sorte di un altro libro, pubblicato in quegli anni da un altro economista Friedrich von Hayek, che si era da poco trasferito negli Stati Uniti, *The Sensory Order* (1952), praticamente ignorato e "riscoperto" solo nella prima metà degli anni '90. Come si è argomentato altrove (Rizzello 1997a), quest'opera di Hayek è invece centrale non solo per una più puntuale comprensione del pensiero del premio nobel austriaco, ma anche quale punto di riferimento "storico" – accanto ai contributi di Simon – per la recente letteratura che propone un approccio cognitivo alla teoria economica.

Come *The Sensory Order*, *The Image* di Boulding va a inserirsi nel novero di quelle opere, appartenenti al panorama culturale interdisciplinare ed eterogeneo degli anni '50, che al contempo risentirono e contribuirono al rinnovamento delle scienze sociali in senso cognitivista. La "riscoperta" di questo libro e una maggiore diffusione dei suoi contenuti tra gli economisti può certamente arricchire la letteratura economica contemporanea.

Se si dovesse fornire al lettore il principale punto di riferimento analitico intorno a cui si dipana il libro di Boulding, si potrebbe affermare che questo è costituito ancora una volta dal problema sulla natura e ruolo della conoscenza umana nei processi decisionali (in realtà il sottotitolo "conoscenza,

vita e società” è fortemente indicativo dei contenuti). Ma come tutta la letteratura economico-psicologica – e specialmente quella degli anni '50 - che prelude all'approccio cognitivo della teoria economica, il problema della conoscenza non rimane confinato solo al *decision making*, ma si estende a molti ambiti applicativi.

L'obiettivo di questo paper è dunque duplice: i) promuovere la diffusione di quest'opera poco conosciuta tra gli economisti; ii) metterne in luce la rilevanza per la teoria economica contemporanea.

Il paper si sviluppa come segue. Il primo paragrafo è dedicato ad alcuni brevi cenni biografici su Boulding e alla definizione dei principali concetti utilizzati in questo articolo. Il secondo è dedicato ad una breve illustrazione dei contenuti generali di *The Image*, mentre quello successivo rappresenta il “core” dell'intero impianto espositivo. Esso farà riferimento ai temi economici contenuti nel libro ed avanzerà alcune ipotesi interpretative. Come emergerà, l'analisi di Boulding contenuta in *The Image* sembra in grado di fornire rilevanti contributi analitici non solo per l'analisi economica del *decision-making* e del *problem solving*, ma anche per la teoria dell'organizzazione, quella sul coordinamento e la persuasione e quella sulla *path-dependence*. Si tratta, evidentemente, di aspetti molto rilevanti della teoria economica contemporanea. L'ultimo paragrafo offre alcune osservazioni conclusive.

Brevi cenni biografici e definizioni

Kenneth Evert Boulding (1910 – 1993), nato a Liverpool ma prevalentemente vissuto negli Stati Uniti dove si è anche formato, è conosciuto dagli economisti italiani principalmente per il suo libro “*Evolutionary Economics*” del 1981 e per la teoria omeostatica dell'impresa, elaborata negli anni '50 ed entrata anche nel dibattito che contrappose Edith Penrose e Armen Alchian, sull'uso delle analogie biologiche nella teoria economica (Rizzello 1997b). In realtà Boulding, nella sua lunga vita, ha fornito considerevoli contributi in molteplici discipline. Egli è autore di oltre 1000 pubblicazioni, di cui 40 sono libri, che concernono la teoria dell'impresa, la teoria dei prezzi, la macroeconomia, l'economia dell'ambiente, l'ecologia, la religione, la pace, l'etica e perfino la letteratura (egli è autore di 4 volumi di poesie). Come economista, ha svolto la sua attività al di fuori delle principali correnti del mainstream. Questo tuttavia non gli ha impedito di ricevere importanti onorificenze, oltre che essere nominato presidente dell'*American Economics Association* nel 1969. Tra i suoi maestri dell'università di Chicago si possono annoverare Viner, Knight, Schultz e Schumpeter.

La sua vita di studioso è stata però costantemente accompagnata da un impegno civile di grande rilievo. Basti pensare che Boulding è l'unico economista, di cui si abbia notizia, che è stato candidato sia più volte per il premio Nobel per l'economia ma anche per quello per la pace².

Da questo punto di vista, *The Image* è certamente un'opera emblematica. Scritto in uno stile semplice, lineare e accattivante contiene molti aspetti centrali delle riflessioni di Boulding su economia, etica, politica ed ecologia. Il libro è stato scritto alla fine di un suo soggiorno all'università di Standford, dove tra il '54 e '55 venne in contatto con Bertalanffy, Rapoport e Gerard con cui, si occupò di teoria dei sistemi. Insieme a questi studiosi maturò l'idea di fondare una società per la ricerca sui sistemi generali, successivamente divenuta *International Society for the Systems Sciences*. Questo gli permise di entrare direttamente nel dibattito che diede poi vita alla rivoluzione cognitivista. Lo stesso *The Image* può essere inteso come un attacco al comportamentismo. All'idea che il comportamento sia frutto di stimoli personali immediati veniva contrapposta la convinzione che il comportamento umano dipendesse dalla produzione di immagini.

Visto che il perno centrale dell'intero libro ruota sull'immaginazione, prima di addentrarci nella descrizione dei contenuti e della loro rilevanza, può essere opportuno soffermarsi brevemente sulla definizione di questo concetto.

Con riferimento alla letteratura psicologica, l'immaginazione può essere definita in generale come un processo creativo spontaneo e in gran parte subconscio che, utilizzando il materiale grezzo fornito dalle percezioni sensoriali e dalla memoria, produce nuove combinazioni di immagini, emozioni e idee. Se queste immagini derivano in maniera molto prossima da passate esperienze possono essere definite riflessioni. Se invece esse prospettano situazioni future verosimili, possono essere definite piani d'azione. Mentre quelle che sono direttamente correlate al passato o al futuro possono essere definite fantasie. Ovviamente queste tre dimensioni sono interrelate, in quanto i loro confini sono molto labili. Tutte le immagini sono influenzate infatti dall'esperienza e anche l'immaginazione più realistica può facilmente sconfinare nel mondo della fantasia.

Con riferimento diretto ai contributi di John Dewey (1933), occorre sottolineare che l'ampiezza dell'ambito in cui è possibile esercitare l'immaginazione è direttamente correlata alla plasticità e alla disponibilità al cambiamento e alla continua trasformazione. Da questo punto di vista, la mente umana è certamente uno strumento ideale, vista la sua duttilità. Ma un ruolo particolarmente rilevante è giocato anche dalla natura e dalle relazioni umane che costantemente la nutrono. Ciò imporrebbe una profonda riflessione di ordine filosofico sulla relazione tra ideale (immaginato) e reale (direttamente sperimentato). Non abbiamo qui lo spazio per addentrarci in una simile

² Per una biografia di Boulding si veda l'obituary a firma di Kurt Dopfer apparso sul *Journal of Economic Issues* del 1994 (Dopfer 1994) e quello più recente di Tracy Mott sull' *Economic Journal* del giugno 2000. Per una biografia più completa rinviamo invece a Boulding (1989).

discussione, né rientra nei fini di questo lavoro. Tuttavia è bene avvertire subito il lettore che, come appare dalla lettura del libro di Boulding, l'immaginazione emerge sia come feedback tra reale e ideale, nel senso di già sperimentato ed evento probabile o possibile, ma anche come sintesi di questa dimensione solo apparentemente dicotomica, in cui non esiste un chiaro confine tra idealità e realtà.

The Image: la trama del discorso

Nel 1956, a conclusione di undici mesi trascorsi a Stanford in compagnia di biologi e studiosi delle scienze sociali, Boulding riporta in *"The Image"* le sue riflessioni sul ruolo delle immagini mentali in vari campi del sapere. Attraverso un excursus teorico di largo respiro, che spazia dalla teoria delle organizzazioni alla biologia, dall'economia alla filosofia politica, dalla storia all'analisi sociologica, egli disvela in tappe logiche susseguenti nessi lasciati generalmente in ombra tra discipline apparentemente distanti.

Ogni individuo possiede una rappresentazione di sé che include il vedersi collocato in uno spazio (immagine spaziale), il percepirsi in un flusso di tempo (immagine temporale), la sensazione di far parte di un universo di regolarità (immagine relazionale) e il riconoscersi in una rete di rapporti con un proprio ruolo (immagine personale). Il soggetto ha poi un'immagine per l'attribuzione di valori ("value image") che media il suo rapporto con l'ambiente filtrando le informazioni a attribuendo ad esse significato; un'immagine degli affetti che riempie di contenuti emotivi le situazioni immaginate, e un'immagine sul grado di realtà delle proprie percezioni, in cui le rappresentazioni mentali vengono confrontate con quanto effettivamente si verifica nel mondo esterno³. Infine vi è l'immagine pubblica, in cui emerge, con diversi gradi di consapevolezza, la differenza tra aspetti presenti nell'immaginario collettivo e quindi socialmente condivisi, e aspetti strettamente individuali.

L'individuo costruisce la propria conoscenza e attribuisce un senso agli stimoli provenienti dall'ambiente a partire da ciò che le sue immagini gli consentono di cogliere e di considerare rilevante; esse sono un anello intermedio tra input informativo e output, ove quest'ultimo può

³La distinzione tra i due livelli di realtà è oggetto di particolare attenzione nella letteratura contemporanea. Simon (2000) esplicita l'esigenza di distinguere l'ambiente esterno al soggetto pensante, dall'ambiente "interno" identificabile con la sua realtà mentale e psichica., al fine di comprenderne il comportamento. "...rational behavior in the real world is as much determined by the "inner environment" of people's minds, both their memory contents and their processes, as by the "outer environment" of the world on which they act, and which acts on them." (p.25).

consistere in nuova conoscenza o coincidere con l'azione vera e propria⁴. L'analisi interdisciplinare di Boulding evidenzia alcune regolarità che caratterizzano le immagini, quale che sia il territorio concettuale in cui vengono elaborate, fondamentalmente la plasticità, la dipendenza dal vissuto del soggetto, la relativa stabilità. Queste caratteristiche ritraggono l'immagine come un condensato di potenzialità, duttile e soggetto a trasformarsi, che tuttavia contiene al suo interno gli ostacoli al proprio sviluppo. La possibilità che un'immagine evolva è legata al superamento delle resistenze che in essa si annidano. Con riferimento al sistema dei prezzi, ad esempio, l'autore rileva come in condizioni di asimmetria e incompletezza informativa fenomeni di rigidità o vischiosità possano essere espressione della difficoltà ad elaborare una immagine nitida di ciò che accade nel mercato, proprio a causa della carenza di informazione⁵.

L'immaginario individuale ha al tempo stesso un rilevante valore sociale, in quanto costituisce il terreno in cui sperimentare forme di condivisione: persone con immagini simili tenderanno ad esempio ad avere analoghi sistemi di valori e ad attribuire pesi tendenzialmente conformi alle informazioni percepite. In questa ottica Boulding mette in luce il notevole potere aggregante che l'immagine ha, ad esempio, nelle organizzazioni, e si sofferma sui canali che possono orientare la costituzione nella mente degli individui di un immaginario condiviso⁶. A proposito della realtà economica egli rileva quale incisivo ruolo sia svolto dai processi di comunicazione nell'orientare le immagini dei possibili scenari di mercato futuri. Le aspettative risultano infatti largamente influenzate sia dalle informazioni diffuse pubblicamente per mezzo di indici e statistiche, sia dalla comunicazione face-to-face tra soggetti operanti nel medesimo settore. Esiste naturalmente la possibilità che queste forme di interazione consolidino orientamenti già esistenti autorinforzando l'immagine prevalente, a prescindere dal suo grado di realtà.

Per comprendere l'evoluzione dello stock di immagini di una determinata società occorre soffermarsi su quei fattori che modificano l'imagining individuale, quindi in primo luogo sui processi di apprendimento. Questa analisi è particolarmente importante in ambito economico, in quanto "the process of reorganization of economic images through messages is the key to understand economic dynamics. The great over-all processes of economic life – inflation, deflation, depression, recovery, and economic development - are governed largely by the process of

⁴ "...between the incoming and the outgoing messages lies the great intervening variable of the image. The outgoing messages are the result of the image, not the result of the incoming messages. The incoming messages only modify the outgoing messages as they succeed in modifying the image" (p.28).

⁵ "The buyer or seller in an imperfect market driver on a mountain highway where he cannot see more than a few feet around each curve; he drives it, moreover, in a dense fog. There is little wonder, therefore, that he tends not to drive it all but to stay where he is. The well-known stability or stickiness of prices in imperfect markets may have much more to do with the uncertain nature of the image involved than with any ideal of maximizing behavior" (p. 85-86).

⁶ "The image not only makes society, society continually remakes the image.(...) The basic bond of any society, culture, subculture, or organization is a "public image", that is an image the essential characteristics of which are shared by the individuals participating in the group." (p.64).

reorganization of economic images through the transition of messages.” (p.90). L’aspetto rilevante non è la quantità di informazione che circola nella società o la sua rapidità di trasmissione, quanto piuttosto la presenza di immagini che recepiscano i messaggi e non resistano ai cambiamenti⁷. Un esempio è rappresentato dall’innovazione tecnologica che richiede all’innovatore la capacità di immaginare nuovi strumenti modificando la propria corrente visione del processo produttivo; non a caso un fattore in grado di agevolare le invenzioni è la presenza in una determinata società di subculture e sottogruppi poco conformisti, le cui immagini sono solitamente più sensibili all’emergere di nuove possibilità.

La presenza di caratteristiche comuni nelle immagini elaborate in diversi ambiti è sottolineata nel penultimo capitolo del libro, quando l’autore si interroga sulla possibilità di rintracciare nel concetto di “image” il fondamento astratto di una nuova scienza, l’Eiconics. Sotteso a tale prospettiva è il riconoscimento che tale concetto attraversa trasversalmente il territorio di diverse discipline e può dunque rappresentare uno spazio di dialogo per ricercatori che operano in una pluralità di ambiti. Vi è inoltre la consapevolezza della nascita di nuovi filoni di studio che non si collocano in un ambito disciplinare definito ma connettono risultati emersi in discipline differenti. “We now seem to be entering a period in which the development of new disciplines is taking a new turn. Instead of a new discipline developing within the confines of an old one, or even instead of it developing in the interstitial areas between two old ones, we find new disciplines developing now which are many-parented and which originate in a great many different fields” (p.161). E’ il caso, scrive Boulding, della cibernetica e della “management science”. Attualmente esistono nuovi elementi che supportano tale tendenza, tra cui lo sviluppo di un approccio cognitivo all’analisi dei fenomeni sociali, che ha come oggetto primario di studio la relazione tra mente e società. In tale ambito, la riscoperta di un “ambiente interno” al decisore (cfr. nota 1) ha indirizzato l’attenzione sul legame tra osservatore e mondo osservato seguendo il filo di un tema ampiamente trattato da Hayek (1952)⁸, ed è proprio in questa ottica che la proposta di una scienza dell’“image” acquisisce nuova risonanza.

⁷ “If a totally new image is to come into being, however, there must be sensitivity to internal messages, the image itself must be sensitive to change, must be unstable, and it must include a value image which places high value on trials, experiments, and the trying of new things” (p.94).

⁸ “Ciò che chiamiamo “mente” è quindi un particolare ordine di un complesso di eventi che hanno luogo in un certo organismo e che sono in qualche modo correlati, ma non identici, all’ordine fisico degli eventi dell’ambiente esterno. Di conseguenza, il problema posto dall’esistenza dei fenomeni mentali è in che modo può svilupparsi all’interno di una parte dell’ordine fisico (cioè in un organismo) un sottosistema che in un certo senso (non ancora del tutto precisato) si può dire riflettere alcune caratteristiche dell’ordine fisico nel suo complesso...” (1952; trad. it.1990, p.43).

The Image e la teoria economica contemporanea: alcune ipotesi interpretative

IMMAGINI E SOLUZIONI DI PROBLEMI

La letteratura economica dell'ultimo decennio è ricca di riferimenti al concetto di conoscenza intesa sia come risorsa⁹ che come prodotto dell'attività economica. Entrambe le interpretazioni erano state pionieristicamente sviluppate da Hayek¹⁰ ma a lungo adombrate a causa della diffusa tendenza a considerare l'informazione e la conoscenza come concetti sostanzialmente coincidenti ed intercambiabili. In particolare, nell'analisi neoclassica si assume implicitamente che la realtà economica esista, indipendentemente da qualsiasi esperienza soggettiva e sensoriale; essa può in ogni istante essere descritta da una lista di beni, ciascuno definito in termini delle sue caratteristiche qualitative e con il rispettivo prezzo, e dai dati della teoria: dotazioni iniziali, stato della tecnologia e gusti dei consumatori. Il soggetto che conosce e l'oggetto della conoscenza sono pertanto definiti uno a prescindere dall'altro e poiché ogni individuo recepisce dall'ambiente un identico flusso di messaggi, la loro interazione è veicolata da informazioni codificabili e uguali per tutti. Una volta recepite esse costituiscono il bagaglio informativo sulla cui base si innesta il processo individuale di ottimizzazione. In questo contesto la conoscenza si configura come una lista organizzata di dati.

Nell'ambito della teoria dell'impresa si riscontrano alcune posizioni più vicine a quella proposta da Hayek. Secondo Edith P. Penrose¹¹ (1959) i veri input del processo produttivo sono i "servizi" che le risorse possono rendere e questi ultimi derivano dall'esperienza accumulata nel tempo e quindi specifica della singola impresa. L'autrice, inoltre, distingue le potenzialità tecnologiche "oggettive"

⁹ Secondo Peter Drucker (1993) ci troviamo attualmente nella "società della conoscenza", dove la risorsa economica fondamentale non è rappresentata né dal capitale né dal lavoro, ma dalla conoscenza che i soggetti sono in grado di generare.

¹⁰ Già Marshall (1965, p.115) riconosceva esplicitamente che "...la conoscenza è il più robusto motore della produzione...". Secondo Hayek (1988) il principale problema economico della società discende dal fatto che "la conoscenza non esiste mai in forma concentrata o integrata, ma solamente sotto la forma di frammenti sparpagliati di conoscenza incompleta e spesso contraddittoria che tutti gli individui possiedono separatamente." (p.277). L'attività del mercato si sviluppa principalmente nel tentativo di coordinare ed utilizzare al meglio un'informazione che non appartiene a nessuno nella sua totalità. Un primo passo verso tale obiettivo consiste nel riconoscere che la "conoscenza rilevante" non viene elaborata esclusivamente sotto forma di teorie scientifiche e deduzioni da fenomeni osservabili; esiste infatti un tipo di conoscenza molto importante, ma "non organizzata" che riguarda circostanze particolari di tempo e di luogo, si modifica con grande rapidità e rappresenta la vera risorsa dell'"uomo sul posto". Inoltre indagando i processi percettivi, Hayek (1952) distingue i dati recepiti dall'ambiente dal successivo sviluppo che essi subiscono nella mente del soggetto pensante; sia la percezione che la successiva elaborazione degli stimoli sensoriali risultano essere processi differenziati e del tutto individuali. Proprio su questa base concettuale viene rintracciata la differenza tra l'informazione, intesa come insieme di nozioni, e la conoscenza, identificata con le credenze soggettive prodotte a partire da tale insieme (Rizzello 1997a).

¹¹ "Strictly speaking, it is never resources themselves that are the 'inputs' in the production process, but only the services that the resources can render.(...) The important distinction between resources and services is not their relative durability; rather it lies in the fact that resources consist of a bundle of potential services and can, for the most part, be defined independently of their use, while services cannot be so defined, the very word 'service' implying a function, an activity. As we shall see, it is largely in this distinction that we find the source of the uniqueness of each individual firm." (p.25).

dell'impresa determinate dalle risorse, anche cognitive, cui essa ha accesso, dalle opportunità "soggettive" effettivamente in suo possesso. "Although the 'objective' productive opportunity of a firm is limited by what the firm is able to accomplish, the 'subjective' productive opportunity is a question of what it thinks it can accomplish" (p.41). Le potenzialità soggettive sono legate alla visione che l'imprenditore ha dell'impresa e dell'ambiente circostante, perciò appaiono caratterizzate da una forte componente individuale e sono condizionate, tra l'altro, dalla personalità dell'entrepreneur. Tale idea è espressa da Penrose con un esplicito riferimento al concetto di 'image': "Within the unknowable limits placed by the environment on successful action there is a wide scope for judgements. We shall be interested in the environment as an 'image' in the entrepreneur's mind, for we want, among other things to discover what economic considerations, as contrasted with 'temperamental' considerations, determine entrepreneurial judgements about the environment"(p.42). Più recentemente Winter (1988) ha osservato che "ogni singola impresa è depositaria di una gamma assolutamente specifica di conoscenze produttive" (p.175).

L'opera di Boulding presenta aspetti molto vicini alla visione di Hayek e di Penrose, pur essendo l'attività di questi autori del tutto indipendente¹².

Per Boulding la conoscenza è una "struttura organica" che cresce e si sviluppa attraverso l'interazione di fattori interni all'individuo con l'ambiente esterno, in una sorta di processo "metabolico" e dunque "...without a knower knowledge is an absurdity" (p.13). Sulla base di questa premessa, l'analisi sviluppata in "*The Image*" suggerisce che proprio nel concetto di immagine si condensi il legame tra osservatore e mondo osservato.

L'immagine che l'individuo ha del mondo costituisce la sua conoscenza di base e al tempo stesso si configura come frame entro cui sono recepiti ed elaborati gli stimoli esterni: nel corso di questi processi, essa orienta la trasformazione metabolica dei dati informativi in conoscenza personale del decisore, influenzando le sue scelte future: "The first proposition of this work, therefore, is that behavior depends on the image" (p.6). Le informazioni, intese come nozioni captabili dal contesto esterno, sono di per sé mute; nel processo di percezione l'immagine rappresenta un filtro che discrimina tra gli stimoli e attribuisce ad essi pesi differenziati, sulla cui base i dati informativi entrano a far parte dell'immagine esistente e si collocano nella rete delle relazioni di senso che lega gli elementi già presenti: è questo processo di attribuzione di significati che dà origine alla nuova conoscenza¹³. In particolare, quando investita da un flusso di informazioni l'immagine può rimanere inalterata, può modificarsi in modo regolare e definito, può essere colpita al suo nucleo e rivoluzionata, oppure rafforzarsi nella sua intima struttura. A proposito del contesto ambientale,

¹² A p. 149 di "*The Image*" Boulding cita sia Hayek che Katona come gli unici economisti a lui noti che abbiano affrontato il tema del rapporto tra informazione e conoscenza.

Boulding afferma dunque che “non esistono ‘fatti’ ma messaggi filtrati attraverso sistemi soggettivi di valori” (p.14).

Queste considerazioni si prestano ad una reinterpretazione nell’attuale dibattito sulle rappresentazioni mentali e il problem-solving. In tale ambito, si ipotizza che nella mente del decisore vengano costruite rappresentazioni che non riflettono passivamente, ma modellano in modo soggettivo la realtà esterna. Con riferimento alla classe di modelli NK¹⁴, Marengo et al. (1998) sottolineano che il numero di ottimi locali in un paesaggio di fitness non costituisce una caratteristica del paesaggio in sé, ma è funzione dell’algoritmo di ricerca con cui esso viene esplorato. La sua stessa topologia dipende dal modo in cui è rappresentato e poi percorso nella immagine mentale del problem-solver.

La costruzione di immagini (strettamente individuali e attribuibili solo in senso metaforico a soggetti collettivi come ad esempio le organizzazioni) interviene nel processo di rappresentazione mentale del problema condizionando la possibilità di reperire soluzioni. Infatti il frame interpretativo della situazione problematica non è in generale un dato esogeno, ma viene costruito soggettivamente: in ragione di ciò, spesso il processo di re-framing si configura come un’euristica di ricerca più potente degli algoritmi di ricerca validi entro una rappresentazione data (Egidi 2000; Marengo 2000).

Questa considerazione può essere ulteriormente interpretata in base all’idea che ogni immagine posseda una intrinseca resistenza al cambiamento. Boulding menziona, tra i meccanismi di resistenza, la scarsa attenzione prestata al messaggio, una reazione emotiva di difesa (rabbia, fastidio, aggressività etc...), ma sottolinea anche la presenza di aspetti interni all’immagine che possono ridurre la ricettività e che non hanno una radice esclusivamente logica. Sarebbe interessante sviluppare un’analisi più approfondita dei possibili meccanismi di resistenza, sulla traccia dei risultati emersi nell’attuale dibattito sui processi cognitivi. Egidi (2000) sottolinea come gli agenti a razionalità limitata riescano a costruire solo rappresentazioni mentali molto compatte e semplificate dei problemi. Proprio perché così sintetiche e concise le rappresentazioni contengono degli “errori”, una vera e propria “imperfezione costitutiva”, che può essere eliminata solo rinunciando alla rappresentazione elaborata e rimodellandola. Questo processo di revisione, poiché altamente faticoso tenderà tuttavia ad essere procrastinato il più possibile, rendendo la

¹³ “We do not perceive our sense data raw; they are mediated through a highly learned process of interpretation and acceptance” (p.14).

¹⁴ Il modello NK elaborato nel 1993 dal biologo californiano Stuart Kaufmann descrive l’evoluzione di sistemi biologici complessi, in base all’ipotesi che la sopravvivenza degli organismi dipenda dalla capacità di riprodursi con successo (fitness). Tale modello è stato esteso al problem-solving con l’intento di rappresentare analiticamente la capacità della mente di adattarsi allo spazio dei problemi tramite l’elaborazione di algoritmi per la ricerca di soluzioni (Egidi 2000; Marengo 2000; Page 1996).

rappresentazione mentale tendenzialmente stabile, sebbene non ottimale. Una sorgente di resistenza viene in tal caso identificata con la dispendiosità insita nel processo di re-framing.

Un'altra caratteristica che con originale intuizione Boulding attribuisce alle immagini è inerente al legame tra passato presente e futuro nel loro processo di sviluppo: "part of the image is the history of the image itself"; con tali parole egli sembra esprimere implicitamente l'idea che la path-dependency abbia un fondamento specifico nei processi di pensiero umani. A tale riguardo, un ulteriore meccanismo di resistenza è stato rintracciato nel concetto di neurognosi (Rizzello 2000b). Il cervello percepisce i dati esterni sulla base di una struttura neuronale preesistente sedimentatasi nel tempo e quindi il processo percettivo è fondamentalmente path-dependent. Proprio questa caratteristica limita tuttavia l'elasticità recettiva della struttura neuronale.

In sintesi, alla base dell'opera di Boulding vi è l'idea che la trasformazione metabolica dei dati informativi in conoscenza personale sia mediata dalle immagini mentali degli individui; l'analisi dei meccanismi di selezione ed elaborazione degli stimoli sensoriali all'interno di tali immagini consente di indagare sui processi di rappresentazione mentale delle informazioni da un'angolazione nuova.

IMMAGINE E ORGANIZZAZIONI

Il dibattito economico sulle origini delle organizzazioni è ampio e articolato; per brevità ci limitiamo ad illustrare 3 principali prospettive, con l'intento di argomentare che la teoria di Boulding costituisce un arricchimento teorico sia nei suoi risultati, sia nei suoi sviluppi potenziali.

Gulick e Urwich (1937) affermano che "la divisione del lavoro è il fondamento dell'organizzazione ed anzi la sua ragione d'essere" (p.3)¹⁵. Negli sviluppi di questo approccio, la divisione del lavoro supporta l'adozione di una tecnologia specifica in ciascuna fase del processo produttivo e la possibilità di beneficiare delle particolari capacità in possesso di ciascun individuo promuovendone l'ulteriore affinamento tramite ripetizione e apprendimento. Essa ha d'altra parte dei costi, connessi alla necessità di progettare e coordinare i diversi segmenti della produzione, che motivano l'adozione di una struttura di dirigenza verticale e gerarchica.

Una prospettiva diversa, proposta da Coase (1937) e poi ripresa da Williamson (1975; 1981), rintraccia invece l'origine delle organizzazioni nella presenza di costi di transazione e si basa su un'idea di fondo ben chiarita da Arrow (1974, p33): "le organizzazioni sono dei mezzi per ottenere i benefici dell'azione collettiva in situazioni in cui il sistema dei prezzi viene meno". Ora, in ambito neoclassico, i prezzi sono segnali informativi in quanto veicolano l'informazione presa in

considerazione dagli agenti e sono inoltre variabili di aggiustamento poichè nel processo di *tatonnement* si modificano in risposta al disequilibrio presente nei mercati. Quando tutte le ipotesi sottese a questa concettualizzazione risultano verificate i costi di transazione sono pressochè nulli. La presenza invece di asimmetria e incompletezza informativa vincola i prezzi nell'espletamento di entrambe le funzioni indicate, e rende particolarmente costosa la stipula dei contratti (ad esempio generando la necessità di inserire specifiche clausole che penalizzino eventuali comportamenti di *adverse selection* e/o *moral hazard*). Inoltre, come sottolineato da Williamson, sia la razionalità limitata che l'opportunismo individuale accrescono la rilevanza dei costi di transazione, motivando la nascita di strutture organizzative che governino le transazioni in modo alternativo e più efficiente rispetto al mercato. In tale contesto, l'organizzazione emerge come struttura in grado di gestire l'informazione più efficacemente del singolo individuo, tramite una suddivisione dei problemi e un incanalamento delle informazioni parziali disseminate tra i decisori.

La considerazione congiunta della presenza di informazioni disperse e costose e di limiti alle possibilità cognitive degli agenti hanno condotto alla nascita di differenti approcci, tra cui quello evolutivo (Alchian 1950; Nelson 1987; Nelson e Winter 1982; Dosi e Nelson 1994). In accordo con le teorie di Simon, si ipotizza che le organizzazioni e in particolare le imprese adottino un comportamento di tipo soddisfacente, e non ottimizzante, nel perseguimento dei propri obiettivi: la loro nascita è motivata dalla capacità di elaborare routines¹⁶ in grado di adattarsi alla mutevole realtà di mercato. La routine ha per l'impresa un significato analogo a quello che hanno i geni per l'individuo¹⁷: ne determina il comportamento possibile ed è ereditabile in quanto informazione codificata; essa inoltre è un elemento omeostatico in grado di mediare tra ambiente interno ed esterno: mutamenti ambientali determinano attriti nel funzionamento delle routines esistenti generando la necessità di trasformarle o sostituirle con altre più efficienti nelle mutate circostanze (Nelson e Winter 1982 p.36-38; Nelson 1987 p.20). Uno degli elementi insoddisfacenti che emerge in quest'ultimo approccio riguarda la natura del processo di cambiamento, tipicamente esogena (Rizzello 1997a; 2000a); l'impulso ad innovare è in larga misura frutto di disturbi stocastici esterni

¹⁵Questa visione risale d'altra parte a Smith, come illustrato nel celebre esempio sulla manifattura degli spilli.

¹⁶ "A routine is an executable capability for repeated performance in some context that has been learned by an organization in response to selective pressures" (R. Burkhart et al., 1996).

¹⁷ Nelson e Winter (1982 p.14) affermano che le routines sono "...una caratteristica persistente dell'organismo che determina il suo comportamento possibile (...), esse sono ereditabili, nel senso che gli organismi futuri generati oggi hanno molte delle stesse caratteristiche, e sono selezionabili nel senso che gli organismi con certe routines possono comportarsi meglio di altri, e se è questo il caso, la loro importanza relativa nella popolazione (nell'industria) aumenta nel tempo.". Occorre tuttavia sottolineare che l'impiego di metafore biologiche all'analisi dell'impresa è oggetto di rilevanti critiche (Penrose 1952; Rizzello 1997a, 1997b). L'idea di fondo è che analizzare l'evoluzione dell'impresa in analogia a quella degli organismi viventi distorca la natura intenzionale e progettuale del comportamento imprenditoriale; se le mutazioni genetiche sono casuali e caratterizzate da intrinseca inevitabilità, non altrettanto può dirsi delle innovazioni tecnologiche.

all'impresa ed è spiegato attraverso il ricorso a metafore biologiche, in particolare attraverso l'analogia con le mutazioni genetiche. Sui limiti di questa visione torneremo più avanti.

Rispetto agli approcci sin qui presentati Boulding associa la nascita delle organizzazioni alla creatività individuale e ne rintraccia il fondamento in una caratteristica specifica della mente, la sua capacità di produrre immagini: "The organizations begins, shall we say, as a fertile image in the mind of some creative individual" (p.58). Alle organizzazioni intese come insiemi di soggetti coordinati da una struttura gerarchica è sottesa una collezione di immagini, quelle proprie degli individui che la compongono. Le scelte che la struttura implementa sono il risultato dell'impatto che gli stimoli esterni hanno su questo repertorio di rappresentazioni e la sua stessa coesione interna rende necessario un coordinamento tra le immagini dei diversi membri. "An organization is a structure of roles tied together by lines of communication. The existence of such a structure depends on the presence of a "public image" among those who participate in its roles." (p.58). Due riflessioni ci sembra di poter trarre da questa analisi. Una relativa al fatto che l'immagine, oltre ad essere path-dependent e quindi radicata nella storia individuale, è anche frame-dependent: per quanto soggettiva è sempre anche un riflesso dell'ambiente sociale e culturale in cui si sviluppa. In proposito Boulding afferma che "part of our image of the world is the belief that this image is shared by other people like ourselves who also are part of our image of the world" (p.14). Questa capacità di riflettere la specificità del contesto conferisce all'immagine un potere aggregante. L'altra osservazione concerne infatti la possibilità di coesione generata da un'immagine condivisa; nella definizione che Boulding dà delle organizzazioni emerge infatti l'idea che l'immagine sia un sostrato relazionale in grado di connettere persone con diversi ruoli tramite lo scambio comunicativo. Nonaka e Takeuchi (1995; trad. it. 1997), investigando i processi di generazione di conoscenza all'interno delle organizzazioni, fanno più volte riferimento al concetto di *vision*, nel quale si rintraccia a nostro avviso una significativa assonanza con l'*image*. "Il top management dovrebbe creare una *vision* di conoscenza e comunicarla entro l'organizzazione. Tale *vision* ha il compito di definire un "campo" o "dominio" in grado di dare ai membri dell'organizzazione una mappa mentale del mondo in cui vivono e un indirizzo generale circa il tipo di conoscenza da creare." (Nonaka e Takeuchi 1997, p. 299). La *vision* stabilisce la direzione nella quale l'azienda dovrebbe sviluppare i propri prodotti e la propria tecnologia e chiarisce il campo in cui operare. Essa ha in primo luogo un valore strategico: "L'aspetto più critico dello sviluppo di una strategia di corporate consiste nel concettualizzare una *vision* relativa al tipo di conoscenza da sviluppare..." (Nonaka e Takeuchi 1997, p.118). Inoltre la *vision* dà forma ad un sistema di valori alla cui luce comprendere quale significato la nuova conoscenza creata abbia per l'organizzazione stessa: essa, come l'*image*, è uno strumento per l'attribuzione di significato. Infine la *vision* è in grado di

promuovere la creatività degli individui: viene ad esempio rilevato come nelle imprese giapponesi il top management utilizzi non di rado *visions* ambigue, con l'obiettivo di generare "equivocità interpretativa a livello del personale preposto alla loro attuazione" (Nonaka e Takeuchi 1997, p.25). Nell'interessante analisi di Nonaka e Takeuchi la *vision* rimane tuttavia un concetto di natura eminentemente logica, per certi versi assimilabile ad una sorta di filosofia aziendale. Interpretarla in termini di *image* consente invece di far luce sulla sua natura di sostrato soggettivo, le cui potenzialità potrebbero discendere non solo dalla trasmissione intenzionale di una *vision* ambigua, ma dalla plasticità insita nel concetto stesso di immagine mentale e del tutto indipendente da esplicite finalità.

Altra analogia interessante con le idee di Boulding può essere tratta da un recente contributo di Witt (2000), il quale afferma che nelle scelte di un'organizzazione si dispiega la *business conception* dell'imprenditore, la quale non si costituisce sulla base di perfetta informazione, aspettative razionali, processi di ottimizzazione, ma "rather reflects the subjective entrepreneurial imaginings of the way the venture might be carried through..." (2000, p.6). Essa guida la modalità con cui viene organizzato il lavoro, coordina la conoscenza specifica dei singoli e fra essi dispersa, ma soprattutto si configura come "cognitive frame" condiviso, una sorta di modello mentale che accomuna i membri dell'organizzazione fornendo loro un sostrato entro cui sistematizzare le informazioni e immaginare possibili sviluppi di scenari futuri. Sotto questo profilo, la "business conception" agevola la soluzione dei problemi di incentivo in un senso ben più profondo del costoso inserimento di meccanismi per il monitoraggio o di specifiche clausole contrattuali: coordina le motivazioni individuali in un disegno comune. Per assolvere a queste funzioni essa deve essere flessibile, permeabile ai feedback provenienti dall'ambiente esterno, capace di ristrutturarsi quando vengono percepiti e scoperti problemi nuovi. Come l'*image* essa deve preservare la sua duttilità. Tali aspetti suggeriscono un approfondimento dei fattori che possono invece creare rigidità e stasi, come argomenteremo nel paragrafo 4.4.

PERSUASIONE, MIOPIA E COORDINAMENTO

Nel programma di ricerca della microeconomia tradizionale ogni individuo massimizza la propria funzione di utilità sotto determinati vincoli mentre il mercato coordina le scelte dei singoli, assicurandone la mutua compatibilità e la realizzabilità. Il benessere della collettività emerge come risultato spontaneo dell'attività di mercato qualora ogni agente persegua un comportamento ottimizzante, esclusivamente sospinto dal proprio egoistico interesse. Questo quadro concettuale

richiede, come è noto, una serie di ipotesi restrittive sul comportamento individuale e sul funzionamento del mercato che limitano l'oggetto di analisi dei modelli standard, e quindi anche il campo di validità dei loro risultati. Subordinatamente a tali ipotesi, l'unico problema di coordinamento che si pone all'attenzione dell'analisi concerne la relazione fra equilibrio di mercato ed efficienza paretiana sviluppata nel primo teorema dell'economia del benessere; quando il teorema è applicabile a forme di cooperazione tra gli individui, alternative al mercato non hanno alcun effetto sull'efficienza del sistema.

La presenza di incompletezza informativa, preferenze endogene e costi di transazione rendono i problemi di coordinamento ben più articolati e inducono a delineare una visione del mercato molto diversa da quella tradizionale, in cui alcuni aspetti propri dell'*image* sembrano emergere con sistematicità.

L'esclusione dal campo di competenza dell'economia del processo che conduce alla formazione delle preferenze è stata oggetto di numerose critiche, tra cui le analisi di Gary Becker (2000). Egli scrive: "L'economia moderna poggia ancora sul presupposto implicito secondo cui le preferenze sono determinate da esigenze biologiche fondamentali quali bere, mangiare, avere un riparo e, in misura inferiore, divertirsi. Tale approccio è forse corretto per i paesi più poveri (...). Anche in queste società, tuttavia, il comportamento è fortemente influenzato dalla cultura e dai simboli. Nelle economie moderne, invece, le esigenze fondamentali di cibo, riparo e riposo incidono poco sulle scelte di consumo dell'individuo medio (...). Le nostre scelte dipendono piuttosto dalle esperienze dell'infanzia e della vita in genere, dalle interazioni sociali e dalle influenze culturali" (2000, p.19). L'esistenza di una *path-dependency* nella formazione dei gusti e la possibilità che la dimensione sociale influenzi le preferenze degli individui si prestano ad essere reinterpretate in termini del rapporto dialettico tra l'*image* e la società: "the image not only makes society, society continually remakes the image" (Boulding 1956, p.64). Nel corso della propria vita ciascun individuo sviluppa una propria "*value image*" che condiziona in modo del tutto soggettivo la valutazione delle opzioni possibili durante il processo di decision-making; d'altronde come osserva Becker le esperienze vissute nell'infanzia consolidano all'interno del soggetto una serie di abitudini così come lo inducono ad assorbire dal contesto sociale le tradizioni di fondo. Queste "influiscono sul comportamento di tutta la vita perché, a volte, non appare vantaggioso modificare radicalmente le proprie abitudini in seguito all'evoluzione dell'ambiente" (Becker 2000, p.152). Tali esperienze, configurandosi come elementi costitutivi dell'immagine che l'individuo ha di sé e del proprio vissuto, sono tendenzialmente persistenti e proprio in virtù del loro contributo a consolidare l'immagine personale resistono ai cambiamenti. La resistenza costituisce anche un vincolo, nel

senso che un individuo può affermare di non “amare” le proprie preferenze, disprezzando in tal caso il bagaglio ereditato dal passato (Becker 2000, p.154) pur accettandone i condizionamenti.

Nel dibattito sull'endogeneità delle preferenze ha assunto inoltre un certo rilievo il concetto di persuasione: l'ipotesi di fondo è che la pubblicità persuada il consumatore a scegliere un dato prodotto piuttosto che altri influenzandone i gusti; questa idea, così come la presenza di mode passeggere, supporta ulteriormente l'esistenza di una ramificata interazione tra le immagini dei diversi attori sociali, che Boulding descrive in termini di “an extremely complex action and reaction of image upon image” (p.71): la comunicazione interpersonale può influire sui comportamenti nella misura in cui modifica gli stereotipi, i valori comuni, la visione dominante etc... L'ipotesi che le preferenze siano soggette a forme di persuasione mette in discussione un forte argomento a favore del meccanismo di mercato, ovvero l'idea che ogni individuo sia il migliore interprete dei propri bisogni. In presenza di interessi contrastanti e di conflitti¹⁸, la persuasione può favorire, alternativamente al mercato, il coordinamento delle parti contraenti: infatti laddove il movente del profitto non produce situazioni efficienti, essa è in grado di riorientare le norme di comportamento e generare nuove ipotesi motivazionali (Hirsch 1976; Sen 1983), influenzando, alla luce dei risultati di Boulding, lo stock di immagini presenti nella società.

Più in generale il problema del coordinamento emerge ogni qualvolta esistano situazioni caratterizzate da equilibri multipli¹⁹: se essi sono Pareto-ordinabili²⁰ la difficoltà degli agenti a coordinare le proprie azioni può far sì che l'economia rimanga intrappolata in un equilibrio inefficiente, pur esistendo posizioni di “first best” che costituiscono equilibri a tutti gli effetti. Nell'esame delle cause che indeboliscono la possibilità di coordinamento acquisisce nuovo significato la riflessione di Boulding (p.85-86) sulla difficoltà a costruire immagini mentali nitide e complete della situazione di mercato (cfr. nota 3): di fatto il decisore può essere assimilato ad un guidatore che attraversa nella nebbia una traiettoria solo in parte nota. Tale visione presenta numerosi aspetti in comune con l'idea della “miopia evolutiva” elaborata da Simon²¹, ed è

¹⁸ Sen (1983) sottolinea l'inadeguatezza del mercato a gestire situazioni di conflitto: “Il mercato è capace di affrontare soltanto un tipo particolare di situazioni di convergenza. Esso non può trattare in modo adeguato questioni di conflitto (incluse quelle proprie dei beni posizionali); né casi di convergenza in cui il bene considerato non sia posseduto individualmente (come accade con i beni pubblici)” (p.83).

¹⁹ Secondo Leijonhufvd (1981) il nucleo della politica neokeynesiana andrebbe individuato nella creazione di convenzioni e istituzioni capaci di selezionare l'equilibrio “migliore” e favorire il coordinamento necessario per avvicinarsi ad esso quanto più possibile (Messori 1996).

²⁰ La Pareto-ordinabilità degli equilibri è legata alle nozioni di complementarità e sostituibilità strategica introdotte nella letteratura da Bulow, Geanakoplos e Klemperer (1985).

²¹ Secondo Simon (1983, 1985) il processo evolutivo descritto da Darwin è “miope” in quanto si esplica in continui miglioramenti nella capacità di adattamento della specie al suo ambiente esterno, senza alcuna garanzia che sia possibile raggiungere qualche “massimo globale di adeguatezza”. A tale proposito egli scrive: “Se l'organismo vive in un mondo pieno di alture e avvallamenti, può trovarsi in cima a tutti i tipi di alture locali avendo come unica scelta la discesa, e, allo stesso modo, ogni teoria evoluzionista in cui la capacità di adattamento sia vista come massimizzata dall'evoluzione vale solo per i massimi locali. A meno di non pensare che il mondo abbia una forma tutta speciale e

corroborata dalla natura intrinsecamente instabile delle immagini. A causa della penuria di informazioni, dei limiti cognitivi e dei limiti insiti nel processo di *imagining*, le rappresentazioni mentali del decisore non includono un modello definitivo e invariante del mercato né delle eventuali posizioni efficienti verso cui convergere. Di fatto non esisterà in tale rappresentazione alcuno stato ottimale definitivo perché tutta l'immagine, obiettivi compresi, è in continuo movimento²², ed eventuali tentativi di coordinamento potranno al limite spostare l'economia verso la posizione più efficiente tra quelle che la temporanea stabilità dell'*image* consente di vedere. Secondo Simon infatti "in un sistema che si sviluppa principalmente per mezzo di una miope scalata può essere difficile, anche in momenti di lungimiranza, spostarsi da un massimo locale che si è raggiunto ad un altro che è adesso in vista, ma al di là di una vallata profonda" (1985, p.365).

Nel quadro della microeconomia tradizionale dunque la rimozione di alcune ipotesi standard (informazione completa e simmetrica, razionalità in senso neoclassico, preferenze esogene, costi di transazione nulli) e, metaforicamente, del banditore walrasiano, solleva la necessità di creare nuovi elementi aggreganti e in grado di coordinare le decisioni della collettività. Le modalità interazionali tra i vari soggetti acquisiscono un ruolo determinante nel generare le motivazioni per l'azione e nell'individuazione degli obiettivi a cui finalizzare le scelte. Proprio la natura relazionale dei processi di coordinamento sembra implicare un coinvolgimento delle immagini soggettive e condurre alla costituzione di un immaginario almeno in parte condiviso.

IMMAGINI E TRAPPOLE: RIFLESSIONI ESPLORATIVE

Nella teoria economica standard il cambiamento è descritto in termini di uno shock esogeno o disturbo stocastico che sposta temporaneamente il sistema dalla posizione di equilibrio; esso è dunque connesso al manifestarsi nell'ambiente di eventi casuali la cui origine non viene indagata. Una visione più articolata si trova nell'approccio evolutivo (Alchian 1950, Nelson e Winter 1982, Dosi e Nelson 1994) ove i concetti di "routine" e *path-dependency* sono le categorie interpretative di fondo: il cambiamento ha origine nella modifica delle regole comportamentali dell'impresa in risposta a variazioni verificatesi nell'ambiente esterno; d'altra parte, configurandosi la conoscenza tecnologica come patrimonio specifico della singola impresa, quest'ultima orienta i propri sforzi

molto semplice, non potremmo mai immaginare che l'evoluzione conduca a qualcosa propriamente definibile come il massimo globale." (1983, p.106)

²² Nelle parole di Simon, "la possibile rilevanza dell'ottimizzazione globale diviene ancora più dubbia se il paesaggio che fa da sfondo agli sforzi di raggiungere la sommità della collina non è un paesaggio fisso. Se noi abbiamo un paesaggio in evoluzione, che elabori continuamente nuove nicchie ambientali – così che le colline spuntino per ogni dove – possiamo allora concepire un processo di evoluzione che non conduca a qualcosa che possa essere definito uno stadio ottimale, o anche semplicemente un equilibrio stabile." (1983, p.107).

innovativi in una direzione ben precisa, sulla traccia cioè della base conoscitiva e delle esperienze già accumulate. La storia passata condiziona dunque l'evoluzione indirizzando l'attività in una certa direzione invece che in altre e "cambiamento economico significa cambiamento nei modi di comportamento, comparabile a variazioni nei tratti di una specie causati dall'evoluzione" (Matthews 1984 p.184).

Nonostante i tentativi di analizzare i sentieri di mutamento e la loro natura *path-dependent* (Silveberg et al. 1988), la variazione delle routines è fondamentale ricondotta alla imprevedibilità del contesto ambientale; una delle critiche rivolte a questo approccio concerne infatti la natura ancora sostanzialmente esogena dei processi evolutivi.

In realtà, alla luce dei recenti risultati emersi in ambito psicologico e neurobiologico, la radice del cambiamento e della sua *path-dependency* è rintracciabile nella capacità della mente umana di generare nuove routines (Rizzello 1997a; 2000a). L'analisi di Boulding sembra dare un significativo contributo in tale direzione, indicando una connessione tra evoluzione economica e dinamica delle rappresentazioni mentali: "The process of reorganization of economic images through messages is the key to the understanding of economic dynamics" (p.90). In questa ottica il cambiamento trae origine dal processo di *imagining* individuale e dalla sua natura intrinsecamente mutevole.

Boulding ritiene che l'evoluzione delle immagini dipenda dall'impatto che i messaggi informativi riescono ad esercitare e da questo punto di vista attribuisce grande rilevanza ai processi di comunicazione, sottolineando come sia possibile influenzare l'immaginario collettivo attraverso la trasmissione pubblica di informazioni: messaggi pessimistici sugli andamenti di mercato possono ad esempio trasmettersi come onde e supportare immagini del futuro declinanti. Queste considerazioni se da una parte richiamano alla mente il dibattito, classico nella letteratura economica, sulla formazione delle aspettative e sulla loro natura, indirizzano l'analisi anche verso un'indagine più approfondita di quei meccanismi che possono innescare processi di autorinforzo ed autogiustificazione dell'immagine esistente, configurandosi come ulteriore fonte di resistenza al cambiamento.

In realtà il rapporto tra immagine e cambiamento sembra prospettarsi sotto una duplice forma. Un primo aspetto è associato all'idea che i cambiamenti possono aver luogo non solo in situazioni problematiche, ma essere il frutto di una deliberata attività di pianificazione, ove l'innovazione è considerata come strumento per acquisire leadership (Rizzello 2000a). Sotto questo profilo l'*image* è un serbatoio di idee latenti e dunque si configura come un luogo di scoperta²³. A tale proposito

²³ Vi è in proposito un ulteriore legame con l'idea di Penrose (1959) che le immagini e le credenze dell'imprenditore orientino la sua ricerca di nuova informazione e selezionino le strade esplorative da percorrere: "A firm is basically a collection of resources. Consequently, if we can assume that businessmen believe there is more to know about the

Kirzner (1985) sottolinea che le scoperte non sono il risultato di processi logici di ottimizzazione e per ciò stesso non trovano una spiegazione in ambito neoclassico; esse traggono origine piuttosto dalla propensione a cogliere nuove opportunità di profitto che non è un ingrediente del decision-making, “it is rather something in which the decision-making is embedded and without which it would be unthinkable” (Kirzner 1985, p. 2). E’ dunque importante comprendere quali fattori possano più efficacemente supportare tale propensione e quali strumenti l’autorità di politica economica abbia a disposizione per incentivare la formazione di un immaginario collettivo aperto all’esplorazione di nuove strade.

Un ulteriore aspetto caratterizzante il rapporto tra immagini e cambiamento discende dalla considerazione che “gli esseri umani hanno l’abilità tutta particolare di rimanere intrappolati nelle loro proprie trappole” (Morgan 1999, p.277). Morgan rintraccia la più antica illustrazione di questa peculiare attitudine nel mito della caverna di Platone²⁴, ed applicando la stessa metafora alle organizzazioni rileva che “gli attori organizzativi tendono a rimanere intrappolati nei modi di pensare che più loro aggradano” (Morgan 1999, p.278). In particolare la continua ricerca del successo di mercato può indurre alla cristallizzazione di schemi di pensiero, efficaci nella situazione contingente, e all’incapacità di ridiscuterli in un orizzonte temporale di più ampio respiro: “Tutte quelle forze che usualmente aiutano gli individui e le organizzazioni a dar vita a sistemi condivisi di significati che permettono a questi stessi individui e a queste stesse organizzazioni d’interagire con successo nel proprio ambiente possono trasformarsi in altrettanti limiti che impediscono di concepire ed attuare corsi di azione diversi” (Morgan 1999, p.281). In questo modo determinate credenze possono “imprigionare” i processi decisionali limitando la gamma delle alternative possibili e adombrandone alcuni sviluppi.

Sulla traccia del pensiero di Boulding, queste considerazioni possono essere applicate, oltre che al potere vincolante di una determinata logica di mercato o di una filosofia manageriale, anche alla dimensione tacita²⁵ alla base dell’*image*. Nelle immagini mentali trova espressione una specifica visuale prospettica sulla realtà sedimentatasi nel corso del vissuto individuale: proprio per questo l’*image* definisce anche i confini di ciò che l’individuo può immaginare come sviluppo possibile del mondo in cui è immerso. Come i limiti computazionali della mente conducono ad elaborare

resources they are working with than they do at any given time, and that more knowledge would be likely to improve the efficiency and profitability of their firm, then unknown and unused productive services immediately become of considerable importance, not only because the belief that they exist acts as an incentive to acquire new knowledge, but also because they shape the scope and direction of the search for knowledge” (p.77).

²⁴ In particolare egli si sofferma su un aspetto specifico del mito: se uno degli uomini della caverna potesse uscire fuori e scoprire la realtà esterna, e poi ritornasse indietro per convincere i suoi compagni che ciò che essi vedono è solo un riflesso di un mondo più complesso, questi non gli crederebbero e lo caccerebbero via.

²⁵ Ci riferiamo con tale espressione al significato originariamente attribuitole da Polanyi (1958); egli metteva in luce l’esistenza di una dimensione tacita della conoscenza, distinta e complementare a quella costituitasi nei processi cognitivi consci.

rappresentazioni molto compatte dei problemi (cfr. par. 4.1), in cui si annidano bias e “trappole cognitive” (Egidi 2000), così sembra possibile rintracciare nelle immagini una sorta di “trappole psichiche”, in grado di trattenere il soggetto nei confini della propria limitata visione del mondo. All’”*Eiconics*” potrebbe essere assegnato il compito di dipanare il processo di *imagining* individuale e collettivo, cogliendo la presenza di eventuali regolarità ed aspetti caratterizzanti, e portando alla superficie dell’analisi quei meccanismi consci e inconsci che possono ostacolare la propensione a percepire nuove traiettorie evolutive.

Osservazioni conclusive

L’obiettivo principale di questo paper è stato quello di illustrare e di proporre il contributo di Kenneth Boulding sul ruolo dell’immaginazione nei processi di *decision making*. Prendendo spunto da un recente paper su questo tema (Augier-Kreiner 2000) si è argomentato che la letteratura “storica” di riferimento non debba essere confinata solo a Knight, Simon e March, ma debba prestare attenzione anche al pensiero di Boulding, che più in generale può essere considerato come uno degli artefici della rivoluzione cognitivista degli anni ‘50.

La riproposizione del libro *The Image*, poco conosciuto tra gli economisti, sembra offrire buoni e attuali spunti di riflessione che, oltre il *decision-making* e il *problem solving*, concernono anche la teoria dell’organizzazione, quella sul coordinamento e la persuasione e quella sulla *path-dependence*.

Infine, la nostra speranza è di essere riusciti, con questo lavoro, a individuare un altro tassello nel complesso *puzzle* che racconta la storia dell’economia cognitiva

Riferimenti bibliografici

ALCHIAN A. (1950), UNCERTAINTY, EVOLUTION AND ECONOMIC THEORY, *JOURNAL OF POLITICAL ECONOMY*, VOL.68, PP.211-222.

ARROW K.J. (1974), *THE LIMITS OF ORGANIZATIONS*, NORTON, NEW YORK.

AUGIER M. - Kreiner K. (2000), RATIONALITY, IMAGINATION AND INTELLIGENCE: SOME BOUNDARIES IN HUMAN DECISION-MAKING, *INDUSTRIAL AND CORPORATE CHANGE*, 9, PP. 659-681

BECKER G. (1996), *ACCOUNTING FOR TASTES*, HARVARD UNIVERSITY PRESS, USA; TRAD. IT. *DE GUSTIBUS*, UNIVERSITÀ BOCCONI EDITORE, MILANO, 2000.

BOULDING K.(1956), *THE IMAGE. KNOWLEDGE IN LIFE AND SOCIETY*, ANN ARBOR PAPERBACKS, THE UNIVERSITY OF MICHIGAN PRESS.

BOULDING K. (1981), *EVOLUTIONARY ECONOMICS*, BEVERLY HILLS, CAL. AND LONDON, SAGE

BOULDING K. (1989), A BIBLIOGRAPHICAL AUTOBIOGRAPHY, *BANCA NAZIONALE DEL LAVORO QUARTERLY REVIEW*, VOL. 171, PP. 365 - 393

BULOW J.I., GEANAKOPLOS J.D. E KLEMPERER P.D. (1985), MULTIMARKET OLIGOPOLY: STRATEGIC SUBSTITUTES AND COMPLEMENTS, *JOURNAL OF POLITICAL ECONOMY*, N.93, PP.488-511.

BURKHART R., COHEN M., DOSI M., EGIDI M., MARENGO L., WARGLIEN M., WINTER S.(1996), ROUTINES AND OTHER RECURRING ACTION PATTERNS OF ORGANIZATIONS: CONTEMPORARY RESEARCH ISSUES, *INDUSTRIAL AND CORPORATE CHANGE*, VOL.5, N. 3, PP.653-697.

COASE R. (1937), THE NATURE OF THE FIRM, *ECONOMICA*, N. IV, PP.386-405.

DEWEY, J. (1933), *HOW WE THINK*, BOSTON, HEATH.

DOPFER K. (1994), KENNETH BOULDING: A FOUNDER OF EVOLUTIONARY ECONOMICS, *JOURNAL OF ECONOMIC ISSUES*, VOL. XXVIII, N. 4, DECEMBER, PP. 1201 - 1204

DOSI G., NELSON R. (1994), AN INTRODUCTION TO EVOLUTIONARY THEORIES IN ECONOMICS, *JOURNAL OF EVOLUTIONARY ECONOMICS*, N.4, PP.153-172.

DRUCKER P.F. (1993), *POST-CAPITALIST SOCIETY*, BUTTERWORTH HEINEMANN, OXFORD; CITATO IN NONAKA TAKEUCHI (1997), PP.31.

EGIDI M. (2000), BIAS COGNITIVI NELLE ORGANIZZAZIONI, *SISTEMI INTELLIGENTI*, N.2, PP.237-269.

FRANZINI M., MESSORI M., *IMPRESA, ISTITUZIONI E INFORMAZIONE. LETTURE DI MICROECONOMIA NON TRADIZIONALE*, CLUEB, BOLOGNA, 1991.

GULICK L. E URWICK L. (A CURA DI), (1937), *PAPERS ON THE SCIENCE OF ADMINISTRATION*, COLUMBIA UNIVERSITY.

HAYEK F. A. (1952), *THE SENSORY ORDER. AN INQUIRY INTO THE FOUNDATIONS OF THEORETICAL PSYCHOLOGY*, ROUTLEDGE & KEGAN PAUL, LONDON; TRAD. IT. *L'ORDINE SENSORIALE*, RUSCONI, MILANO 1990.

HAYEK F. A. (1988), *CONOSCENZA, MERCATO, PIANIFICAZIONE*, IL MULINO, BOLOGNA.

HIRSCH F. (1976), *SOCIAL LIMITS TO GROWTH*, CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, CAMBRIDGE.

KIRZENER I. (1985), *DISCOVERY AND THE CAPITALIST PROCESS*, UNIVERSITY PRESS OF CHICAGO, CHICAGO.

LEIJONHUFVUD A. (1981), *INFORMATION AND COORDINATION*, OXFORD UNIVERSITY PRESS, OXFORD.

LEONCINI R., SABBATINI R. (A CURA DI), (1994), *PROGRESSO TECNICO EVOLUZIONE E CRESCITA ECONOMICA*, GIAPPICHELLI EDITORE, TORINO.

MARENGO L., FRENKEN K., VALENTE M. (1998), INTERDEPENDENCIES, NEARLY-DECOMPOSABILITY AND ADAPTATION, *PAPERS DEL LABORATORIO DI ECONOMIA SPERIMENTALE E COMPUTAZIONALE (CEEL)*, UNIVERSITÀ DI TRENTO, TRENTO.

MARENGO L. (2000), DECOMPOSABILITY, REPRESENTATIONS AND SELECTION IN COLLECTIVE PROBLEM SOLVING, PRESENTATO AL *WORKSHOP ON COGNITIVE ECONOMICS*, TORINO-ALESSANDRIA, 15-18/11/2000.

MARSHALL A. (1965) [1890], *PRINCIPLES OF ECONOMICS*, MACMILLAN, LONDON; TRAD. IT. *PRINCIPI DI ECONOMIA*, UTET, TORINO, 1972.

MATTHEWS R. (1984), DARWINISM AND ECONOMIC CHANGE, *OXFORD ECONOMIC PAPERS*, VOL.36, SUPPLEMENT, PP.91-117.

MORGAN G. (1997), *IMAGES OF ORGANIZATIONS*, SAGE PUBLICATIONS INC., USA; TRAD. IT. *IMAGES. LE METAFORE DELL'ORGANIZZAZIONE*, FRANCO ANGELI, MILANO, 1999.

MOTT T.(2000), KENNETH BOULDING, 1910 – 1993, *ECONOMIC JOURNAL*, N. 110, JUNE, F430-F444.

MESSORI M. (1996), *LA NUOVA ECONOMIA KEYNESIANA*, IL MULINO, BOLOGNA.

NACAMULLI R., RUGIADINI A. (A CURA DI), (1985), *ORGANIZZAZIONE E MERCATO*, IL MULINO, BOLOGNA.

NELSON R. (1987), *UNDERSTANDING TECHNICAL CHANGE AS AN EVOLUTIONARY PROCESS*, NORTH HOLLAND, AMSTERDAM.

NELSON R., WINTER S. (1982), *AN EVOLUTIONARY THEORY OF ECONOMIC CHANGE*, HARVARD UNIVERSITY PRESS, CAMBRIDGE, MASSACHUSETTS.

NONAKA I., TAKEUCHI H. (1995), *THE KNOWLEDGE-CREATING COMPANY*, OXFORD UNIVERSITY PRESS; TRAD. IT. *THE KNOWLEDGE-CREATING COMPANY. CREARE LE DINAMICHE DELL'INNOVAZIONE*, GUERINIE ASSOCIATI, MILANO, 1997.

PAGE S.E. (1996), TWO MEASURES OF DIFFICULTY, *ECONOMIC THEORY*, VOL.8, PP.321-346.

PENROSE E. T. (1959), *THE THEORY OF THE GROWTH OF THE FIRM*, BLACKWELL, OXFORD.

PENROSE E. T. (1959), BIOLOGICAL ANALOGIES IN THE THEORY OF THE FIRM, *AMERICAN ECONOMIC REVIEW*, 42(5), 804 - 819.

POLANYI M. (1958), *PERSONAL KNOWLEDGE: TOWARDS A POST-CRITICAL PHILOSOPHY*, ROUTLEDGE AND KEGAN, LONDON.

RIZZELLO S. (1997A), *L'ECONOMIA DELLA MENTE*, LATERZA, BARI; TRAD. INGL. *THE ECONOMICS OF THE MIND*, EDWARD ELGARD, ALDERSHOT, 1999.

RIZZELLO S. (1997B), ANALOGIE BIOLOGICHE E TEORIA DELL'IMPRESA: LA CRITICA DI EDITH PENROSE, *STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO*, N.33-34, PP. 95-116.

RIZZELLO S. (2000A), ECONOMIC CHANGE, SUBJECTIVE PERCEPTION AND INSTITUTIONAL EVOLUTION, *METROECONOMICA*, N. 51, VOL. 2, PP.127-150.

RIZZELLO S. (2000B), COGNITION AND EVOLUTION IN ECONOMICS, *PAPERS ON ECONOMIC & EVOLUTION*, MAX-PLANCK-INSTITUTE FOR RESEARCH INTO ECONOMIC SYSTEMS, EVOLUTIONARY ECONOMIC UNIT, JENA.

SEN A. (1983), THE PROFIT MOTIVE, *LLOYDS BANK REVIEW*, PP.1-20; TRAD. IT. IN FRANZINI M. MESSORI M. (1991).

SILVEBERG G., DOSI G., ORSENIGO L. (1988), INNOVATION, DIVERSITY AND DIFFUSION: A SELF-ORGANIZATION MODEL, *ECONOMIC JOURNAL*, N.78, PP.1032-1054.

SIMON H. A. (1983), *REASONS IN HUMAN AFFAIRS*, STANFORD UNIVERSITY PRESS, STANFORD; TRAD. IT. *LA RAGIONE NELLE VICENDE UMANE*, IL MULINO, BOLOGNA, 1984.

SIMON H. A. (1985), *CAUSALITÀ, RAZIONALITÀ, ORGANIZZAZIONE*, IL MULINO, BOLOGNA

SIMON H. A. (2000) , BOUNDED RATIONALITY IN SOCIAL SCIENCE: TODAY AND TOMORROW, *MIND & SOCIETY*, N.1, VOL.1, PP.25-40.

WILLIAMSON O.E. (1975), *MARKETS AND HIERARCHIES: ANALYSIS AND ANTITRUST IMPLICATIONS*, NEW YORK, FREE PRESS; TRAD. IT. IN NACAMULLI R. RUGIADINI A. (1985).

WILLIAMSON O.E. (1981), THE ECONOMICS OF ORGANIZATION: THE TRANSACTION COSTS APPROACH, *AMERICAN JOURNAL OF SOCIOLOGY*, 87.

WINTER S.G. (1988), ON COASE, COMPETENCE AND THE CORPORATION, *JOURNAL OF LAW, ECONOMICS AND ORGANIZATION*, VOL.4, PP.181-197.

WITT U. (2000), CHANGING COGNITIVE FRAMES—CHANGING ORGANIZATIONAL FORMS. AN ENTREPRENEURIAL THEORY OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT, *INDUSTRIAL AND CORPORATE CHANGE*, VOL.9,4,PP.733-755