tro se stesso le ragioni della propria legittimazione. Ad esempio, non è vero che c'è libertà perché c'è il libero mercato; è vero piuttosto che il mercato è libero in quelle società dove è assicurata e perseguita la libertà. Sullo sfondo di tale premessa, la tesi che andrò ad argomentare è, in breve, che in economia il modo tradizionale di giudicare il mercato – il mercato come allocatore efficiente delle risorse – non solo non è corretto sotto il profilo tecnico, ma soprattutto non consente di cogliere le implicazioni ultime della circostanza per cui il mercato è condizione necessaria, sia pure non sufficiente, per la democrazia.

Il mercato come istituzione socioeconomica

Il mercato, istituzione sociale che cristallizza i comportamenti tramandati e che deve essere quindi istituita.

Dopo il crollo dei sistemi a socialismo reale, è venuta meno la necessità della legittimazione ideologica del mercato come garanzia delle libertà democratiche ovvero come baluardo credibile contro i rischi del collettivismo. Giova sottolineare che è stata proprio questa funzione vicaria svolta dal mercato a spiegare perché, per così tanto tempo, si sia andati avanti passando sotto silenzio e sorvolando sulle sue insufficienze e su certi esiti perversi ad esso attribuibili. Quando sono in gioco valori fondamentali come quello di libertà – così si argomentava – non è prudente attardarsi a discettare sui difetti e sui fallimenti di mercato.

La costruzione di una economia di mercato è un processo lungo e socialmente costoso.

Per afferrare il punto, conviene richiamare alla mente una particolare dimensione del mercato, quella del mercato come istituzione socioeconomica e non già quella, assai più studiata, del mercato come meccanismo di allocazione delle risorse e di promozione delle attività economiche. Il mercato – si badi – è un'istituzione sociale nel doppio significato di questo termine; rappresenta la cristallizzazione legittimata e tramandabile di comportamenti socialmente sanzionati e, in quanto tale, deve essere "istituita", cioè deve essere creata. Impresa questa che richiede tempo, razionale progettualità e condizioni storiche favorevoli.

Nella ideologia neoliberista il mercato è visto come meccanismo artificiale e astratto.

Non vi sarebbe forse ragione per richiamare l'urgenza di tale prospettiva di discorso se non fosse che pregiudizi, da tempo contestati sul piano scientifico, hanno ancora grande vitalità nella opinione corrente e nella politica. Ne viviamo – con conseguenze inquietanti non solo per i Paesi direttamente interessati – un esempio epocale in questi anni in cui si è diffusa l'idea che nei Paesi del socialismo reale bastasse levare il coperchio del sistema burocratico di governo dell'economia per far rinascere "naturalmente" e "spontaneamente" un'economia di mercato. Ormai è a tutti chiaro che così non è. Proprio perché il mercato non fa parte della natura umana – ed infatti è un prodotto della storia – le regole del suo funzionamento devono essere inscritte nella cultura dei soggetti coinvolti.

La costruzione di un'economia di mercato è dunque un processo lungo e faticoso e, occorre aggiungere, socialmente costoso. Così è stato originariamente. Perché si potesse giungere a un sistema sociale basato su una rete di mercati autoregolantesi, è stato necessario che si creassero mercati, cioè che si assegnassero prezzi o valori a "merci" che non erano generalmente ritenute tali. E la società reagiva alla estensione delle regole di mercato a comportamenti in qualche modo ritenuti appartenenti a sfere protette della vita associata.

Al pari di ogni altra istituzione sociale, il mercato incorpora norme che regolano la produzione, lo scambio e il consumo dei beni, norme che, mentre sono ricettive di certi valori, sono insensibili ad altri. A loro volta, queste stesse norme favoriscono e sostengono certi modi condivisi di interpretare le relazioni tra individui e, per questa via, promuovono l'affermazione di un particolare ideale di persona e di società.

Alla luce di quanto precede, è agevole afferrare il punto debole della visione ideologica neoliberista circa il ruolo del mercato. Il mercato viene visto come un meccanismo artificiale le cui proprietà emergono in un contesto istituzionale e sociale del tutto astratto dalle complessità e dai conflitti delle economie reali. Non si vuole certo negare che il mercato si è venuto imponendo storicamente non solo come la più importante e pervasiva istituzione economica del nostro tempo, ma anche come la meno imperfetta, allo scopo di coordinare le attività e le