



Editoriale

Il tema di B@bel

Spazio aperto

Ventaglio delle donne

Filosofia e...

Immagini e Filosofia

Giardino di B@bel

Ai margini del giorno

Libri ed eventi

Guido Baggio

*Comportamento economico e semiotica  
pragmatista. Una proposta*

**Abstract:**

On the basis of the critical analysis of Samuelson's and Little's theory of consumer behavior in terms of revealed preference, this article aims to highlight the important theoretical contribution that a pragmatist approach can make to the study of the economic behavior of individuals. By referring to Mead's theory of social self and Morris's pragmatist semiotic, I'll show those theoretical elements that can contribute to the development of a theory of economic behavior that helps broaden the logical-mathematical framework of Samuelson's and Little's theory by holding together both the observation of behavior and the individual's ability to select and develop preferences.

**Key-words:** Pragmatism; Behaviorism; Economic Behavior; Semiotic

*Homo œconomicus e teoria del comportamento del  
consumatore*

La teoria paretiana dell'*homo œconomicus* è il frutto della tendenza positivista di fine Ottocento, inaugurata da Edgeworth, Jevons e Marshall, di rendere la scienza economica una scienza matematica sempre più autonoma dalla psicologia edonista<sup>1</sup>. Con la sua teoria economica Pareto puntava ad eliminare ogni riferimento a teorie edoniste e ad analisi psicologiche delle motivazioni alla base delle preferenze del soggetto economico, volgendo l'attenzione esclusivamente al «*puro e nudo fatto*» della 'scelta'

<sup>1</sup> F. EDGORTH, *Mathematical Psychics* (1881), Kelly, New York 1967; W.S. JEVONS, *The Theory of Political Economy*, MacMillan, London-New York 1888; A. MARSHALL, *The Principles of Economics* (1890), Prometheus Books, Amherst (NY) 1997.

dei singoli individui<sup>2</sup>. In particolare, il ‘fatto’ assunto da Pareto era che un essere vivente qualunque (uomo o animale) posto dinanzi alla scelta di varie combinazioni di beni, si trovi sempre nella stessa situazione di perplessità, rendendo così le varie combinazioni parte di una stessa curva di indifferenza. Le curve di indifferenza e le curve di utilità marginale non implicano riferimenti a piaceri o dolori, e quindi a intenzioni o motivazioni, ma solamente alle ‘quantità’ delle merci e alla loro misurazione monetaria. In questo senso centrale si rivela l’osservazione delle ‘abitudini costanti di scelta’ degli individui alla base di ‘comportamenti di scelta prevedibili’. Il requisito affinché l’economia possa essere considerata una scienza certa è dunque, secondo Pareto, la sostituzione della nozione di ‘scelta’ con quella di ‘sensazione’. Egli definiva così la scienza economica come la scienza dell’azione logica, ovvero di quell’azione che è il risultato di un ragionamento strumentale valido che parte da premesse certe<sup>3</sup>.

Nonostante lo stesso Pareto abbia in seguito al 1906 rimesso in questione la distinzione tra azioni logiche, studiate dall’economia, e azioni non-logiche, sostenendo che l’uomo reale non è l’*homo œconomicus* ed evidenziando come l’economia debba essere confinata allo studio di poche e semplici azioni (perché ‘logiche’)<sup>4</sup>, il modello dell’*homo œconomicus* prudente e calcolatore, consapevole dei propri gusti e in grado di scegliere ‘volontariamente’ e in modo uniforme in base a preferenze coerenti, stabili e indipendenti dal contesto è diventato il paradigma di riferimento della scienza economica per gran parte del Novecento. Le teorie economiche ortodosse si sono preoccupate di accogliere quasi esclusivamente la sostituzione paretiana della scelta riguardo alla sensazione e di concentrarsi su un individuo ideale di cui ridurre la spiegazione del comportamento

<sup>2</sup> Vedi V. PARETO, *Sunto di alcuni capitoli di un nuovo trattato di economia pura del prof. Pareto*, in «Giornale degli Economisti», Marzo 1900, p. 217.

<sup>3</sup> Cfr. L. BRUNI, R. SUGDEN, *The Road not taken: how psychology was removed from economics, and how it might be brought back*, in «The Economic Journal», 117, January 2007, pp. 154 e ss.

<sup>4</sup> Pareto affidava quindi lo studio di tutte le altre azioni non logiche (che non significa illogiche) alla sociologia, che avrebbe dovuto elaborare una sintesi dello studio dell’*homo œconomicus* e delle altre azioni quali quella dell’*homo moralis* studiato dall’etica e dell’*homo psychologicus* studiato dalla psicologia. Cfr. L. BRUNI, *Vilfredo Pareto: alle origini della scienza economica del Novecento*, Edizioni Polistampa, Firenze 1999.

economico ad alcuni postulati logico-matematici<sup>5</sup>. Tra le più note vi è la ‘teoria pura del comportamento del consumatore in termini di preferenze rivelate’ di Paul A. Samuelson, corretta successivamente da Little (1949)<sup>6</sup>.

*La teoria di Samuelson e Little e la critica di Amartya Sen*

Samuelson e Little assumono che gli individui rivelino un comportamento di consumo costante e sostengono la possibilità di spiegare le preferenze individuali attraverso una mappa logica costruita in base all’osservazione delle sole scelte effettuate<sup>7</sup>. In tal modo la teoria del comportamento del consumatore intreccia ai postulati matematici il presupposto teorico, rintracciabile nel ‘comportamentismo logico’, dell’identità tra eventi mentali e costruzioni logiche fuori da attuali e possibili ‘eventi comportamentali’. Il comportamentismo logico si proponeva infatti di ricondurre la spiegazione di ogni stato mentale ad attuali o possibili comportamenti evidenti, per cui ogni asserzione riguardante gli stati mentali poteva essere formulata in un linguaggio fisico universale e intersoggettivo. La tesi fondamentale del comportamentismo logico vede quindi delle implicazioni tra le asserzioni riguardanti gli stati mentali e le asserzioni riguardanti il comportamento e indica la sola distinzione tra i due nel fatto che le asserzioni riguardanti gli stati mentali si rivelano più ambigue di quelle riguardanti il comportamento<sup>8</sup>.

<sup>5</sup> La gran parte dei teorici marginalisti del Novecento ha accolto ciò che Caldwell ha definito una «received view» del Positivismo, ovvero una sua versione rivista (cfr. B.J. CALDWELL, *Beyond Positivism: Economic Methodology in the Twentieth Century*, Routledge, London and New York 1994).

<sup>6</sup> P.A. SAMUELSON, *A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour*, in «Economica», New Series, 5, 17, 1938, pp. 61-71; ID., *A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour: An Addendum*, in «Economica», New Series, 5, 19, 1938, pp. 353-54; ID., *Consumption Theory in Terms of Revealed Preference*, in «Economica», New Series, 15, 60, 1948, pp. 243-253. I.M.D. LITTLE, *A Reformulation of the Theory of Consumer's Behaviour*, in «Oxford Economic Papers», 1, 1949, pp. 90-99.

<sup>7</sup> Cfr. LITTLE, *A Reformulation of the Theory of Consumer's Behaviour*, cit., pp. 97-98.

<sup>8</sup> Cfr. R. CARNAP, *Psychology in Physical Language*, in A. AYER, *Logical Positivism*, The Free Press, New York 1959, pp. 165-167. Il comportamentismo logico condivide con il dualismo l’idea secondo la quale ciò che accade nel cervello non ha niente a che vedere con ciò che intendiamo quando diciamo di avere dolore, e condivide con il materialismo ‘though-minded’ la negazione che dolore, pensieri, sentimenti, implicino

Ora, la teoria della preferenza rivelata è stata duramente criticata da Amartya Sen, il quale, analogamente alla critica che Putnam ha mosso al comportamentismo logico di non tenere in considerazione il fatto che le ‘cause non’ sono costruzioni logiche dei loro ‘effetti’ (comportamento)<sup>9</sup>, ha sostenuto contro Samuelson e Little che per quanto la teoria della preferenza rivelata permetta di ‘rilevare’ le preferenze degli individui, essa non è in grado di offrirne una spiegazione causale<sup>10</sup>. Presupponendo, infatti, che gli individui rivelino le loro preferenze ‘esclusivamente’ attraverso le scelte rintracciabili dall’osservazione del comportamento, Samuelson e Little assumono che il processo soggettivo di valutazione ed elaborazione della scelta sia identificabile con l’effetto che esso produce e sia per ciò stesso riconducibile ad una standardizzazione. Vi sarebbe, quindi, una connessione causale che in realtà, nota Sen, non è inferibile quasi mai in modo così lineare, giacché il comportamento può anche corrispondere a qualche costante interpretabile ‘come se’ esibisse una preferenza ma ciò, nonostante una sua rappresentazione numerica, non comporta necessariamente una sua interpretazione univoca sul piano del comportamento<sup>11</sup>. Vi è infatti una connessione tra scelta e preferenza da una parte e preferenza e benessere dall’altra, che fa riferimento ad un significato di preferenza non ben definito. La differenza che incorre tra la rilevanza di una scelta fatta in base, ad esempio, ad un senso di responsabilità sociale, e una fatta per il perseguimento del proprio benessere (che include ogni piacere uno possa provare per la felicità degli altri), nonostante appaia esternamente la stessa, evidenzia proprio questa ambiguità<sup>12</sup>.

la concezione di una mente come sostanza cartesiana.

<sup>9</sup> Cfr. H. PUTNAM, *Brains and Behavior*, in *Readings in Philosophy of Psychology*, edited by N. Block, vol. 1, Harvard University Press, Cambridge (MA) 1980, pp. 24-36. Nel corso del suo sviluppo sino agli anni '60 la tesi estrema del comportamentismo logico si è indebolita fino ad ammettere sia che esistono connessioni fra gli stati mentali e gli stati comportamentali, connessioni che rispondono in qualche senso ai significati dei termini mentali, sia che tali connessioni non forniscono ancora una traduzione fra il ‘linguaggio’ della mente e quello del comportamento.

<sup>10</sup> A. SEN, *Behaviour and the Concept of Preference*, in «Economica», 1973, pp. 241-259.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 254.

<sup>12</sup> Sen porta l’esempio del comportamento di una persona che, a conoscenza di ragioni di sostenibilità ambientale che vanno a vantaggio della società e che suggeriscono di acquistare le bibite in vetro anziché in alluminio, richiedendo uno sforzo ulteriore da parte del consumatore di riportare il vuoto al venditore, sa di poter ignorare questa regola senza essere notato dalla società e inoltre se continuasse a comprare le proprie bibite in

Il che significa che il presupposto di ‘abitudini costanti di scelta’ alla base di ‘comportamenti di scelta prevedibili’, come sostenuto dalla teoria di Samuelson e Little, non venga soddisfatto nella realtà così spesso.

In altre parole, identificare un modello di comportamento non significa spiegarlo. È infatti possibile che nella valutazione dei motivi per la scelta della condotta il soggetto mostri una propensione diversa da quella del mero perseguimento delle proprie preferenze, rendendo in tal modo difficile la formulazione di un’idea standardizzata valida sul suo agire. Una persona può non avere uno schema di preferenze ordinato, coerente e costante, e, sostiene Sen, in termini di osservazione è difficile distinguere questa incompletezza dall’indifferenza<sup>13</sup>. In breve, il postulato di Little secondo cui la situazione di mercato con la quale un individuo si confronta dà corpo ad una sola alternativa preferita si mostra inconciliabile con la problematica, che si presenta in contesti reali, secondo cui la valutazione della scelta da fare comporta spesso delle difficoltà, per cui se una scelta viene fatta a volte è perché bisogna farla e non per la preferenza presupposta alla sua base<sup>14</sup>. Il rifiuto del valore epistemico dell’introspezione e la semplificazione della relazione tra preferenza e comportamento sottostimano il ruolo che le ‘esperienze soggettive’ e le dinamiche relazionali comunicative alla base della costituzione delle modalità di convivenza proprie di un certo contesto rivestono nei processi

---

lattina sarebbe per lui più vantaggioso (anche dopo aver valutato l’importanza da dare al benessere degli altri), ma si astiene dal continuare ad acquistare alluminio perché sente che agirebbe in modo socialmente irresponsabile se si comportasse in questo modo.

<sup>13</sup> Successivamente, Sen ha sviluppato all’interno del campo della teoria della scelta sociale una critica agli assiomi di completezza e transitività e, utilizzando il concetto di «quasi-transitività», che implica la transitività della preferenza stretta ma non l’indifferenza, ha evidenziato i limiti dell’assioma della piena transitività nella teoria della scelta sociale di Arrow. Cfr. A. SEN, *Quasi-Transitivity, Rational Choice and Collective Decisions*, in «Review of Economic Studies», 36, 1969, pp. 381-393; ID., *Internal Consistency of Choice*, in «Econometrica», 61, 1993, pp. 495-521. In economia va notato che la critica agli assiomi di transitività e completezza sono stati sviluppati sin dagli anni Sessanta. Per un quadro rimandiamo a H. PUTNAM, *On the Rationality of Preferences*, in ID., *The Collapse of the Fact/Value Dichotomy and Other Essays*, Harvard University Press, Cambridge (MA) 2002, pp. 163-165 nota 3.

<sup>14</sup> Cfr. W.E. ARMSTRONG, *A Note on the Theory of Consumer’s Behaviour*, in «Oxford Economic Papers», New Series, 2, 1, 1950, pp. 119-122. Sarebbe anche interessante sondare la possibilità di un confronto con il ‘paradosso pragmatico’ nel quale non è possibile scegliere. Cfr. P. WATZLAWICK, J.H. BEAVIN, D.D. JACKSON, *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma 1971, in particolare pp. 191-226.

di valutazione e scelta<sup>15</sup>.

Va notato che contro l'obiezione che vede nella mappa logica del comportamento del consumatore l'unico riferimento alla valutazione delle preferenze, Samuelson potrebbe evidenziare ciò che già nella prima formulazione della sua teoria aveva esplicitato, ovvero che il modello si rivolge ad un «individuo idealizzato»<sup>16</sup>, mentre Little potrebbe ribadire che la mappa è costruita in riferimento al 'territorio' di cui si occupa, ovvero al comportamento osservato, e quindi non risulta così distante dalla realtà dei comportamenti costanti<sup>17</sup>. Queste specificazioni però non risolvono l'obiezione di Sen secondo cui la scelta osservabile non necessariamente debba rivelare la preferenza. Nella teoria di Samuelson e Little il fenomeno osservato rischia di venire ridotto alla sua spiegazione logica, alla sua 'mappa', e quest'ultima viene assunta come criterio ultimo di valutazione delle preferenze, ignorando tutti quegli elementi che non rispondono al modello teorico. Samuelson e Little, con l'intento di fornire una teoria oggettiva che eviti il ricorso all'introspezione e il riferimento a processi soggettivi di valutazione del comportamento da attuare, appellandosi al postulato che la scelta è sempre determinata dalla natura delle alternative presentate al soggetto, libero da qualsiasi condizionamento che non sia la sola valutazione logica del vantaggio delle alternative, postulano una perfetta isomorfia tra manifestazione comportamentale – scelta – e preferenza, che si rivela arbitraria e lontana dalla realtà, poiché ignora completamente il ruolo che il contesto reale riveste nel condizionamento del processo soggettivo di valutazione delle preferenze.

Il vantaggio logico di un modello esplicativo non esaurisce dunque le possibilità reali di valutazione delle scelte da compiere.

<sup>15</sup> SEN, *Behaviour and the Concept of Preference*, cit., p. 258. D'altronde, lo stesso Little ammette che il comportamento dei singoli esseri umani sembra meno prevedibile del comportamento degli «aggregati di esseri umani» (LITTLE, *A Reformulation of the Theory of Consumer's Behaviour*, cit., p. 99). Ciò nonostante, egli riduce la prevedibilità ai condizionamenti di massa, senza ammettere invece una articolazione più complessa del modello di comportamento umano, per cui la teoria del comportamento del consumatore deve, per quanto riguarda l'economia positiva (o descrittiva) continuare ad essere nient'altro che un esercizio puramente logico.

<sup>16</sup> SAMUELSON, *A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour*, cit., p. 62.

<sup>17</sup> LITTLE, *A Reformulation of the Theory of Consumer's Behaviour*, cit., p. 98.

Nel mondo reale le scelte che il soggetto in carne ed ossa mette in atto nelle situazioni concrete sono il frutto di una sfera di influenza che coinvolge desideri, interessi, bisogni, propositi, aspirazioni che derivano all'individuo dalla peculiarità della sua natura di animale sociale<sup>18</sup>. Parliamo in particolare di quella dimensione *qualitativa* alla quale appartengono le 'disposizioni' e gli *habit* degli individui che si costituiscono in un contesto che contribuisce alla costruzione della visione del loro mondo, il senso di appartenenza alla comunità, il quadro valoriale ed esperienziale che caratterizza la struttura bio-psico-sociale come struttura e condizione di possibilità dell'agire e, non in ultimo, le disposizioni emotive<sup>19</sup>, che sono parte di quelle 'esperienze soggettive' che raramente possono essere indovinate dal comportamento<sup>20</sup>.

## *Teoria sociale del sé e semiotica pragmatista: elementi per una teoria del comportamento economico*

Ora, visti i limiti della teoria del comportamento di Samuelson e Little ma la necessità di modelli esplicativi del comportamento economico, è possibile a mio avviso fare appello ad un approccio pragmatista riguardo allo studio del comportamento economico degli individui in grado di tenere insieme osservazione del comportamento e «capacità imperfette di discriminazione della mente umana»<sup>21</sup>. Un approccio pragmatista sembra infatti poter offrire gli elementi teorici per abbozzare una teoria del comportamento economico che ampli il quadro di riferimento della teoria di Samuelson e Little e contempli la possibilità che gli individui possano agire sulla scorta di valutazioni che non rispondono ai

<sup>18</sup> Cfr. M. CALDERONI, G. VAILATI, *Il pragmatismo*, a cura di G. Papini, Carabba Editore, Lanciano 1931, p. 142. Si tratta di scelte, quindi, fatte in base a valutazioni che coinvolgono aspetti, per dirla jamesianamente, temperamentali, che includono sentimenti, credenze, 'emozioni', e più in generale tutti quegli aspetti umani che trascendono la dimensione puramente logico-calcolante e che si rivelano elementi che influenzano l'agire quotidiano del singolo individuo.

<sup>19</sup> Su questo punto cfr. PUTNAM, *The Collapse of the Fact/Value Dichotomy*, cit., p. 31.

<sup>20</sup> G.H. MEAD, *The Genesis of the Self, and Social Control*, in ID., *Selected Writings*, edited by A.J. Reck, Chicago University Press, Chicago 1964, p. 274.

<sup>21</sup> ARMSTRONG, *A Note on the Theory of Consumer's Behaviour*, cit., p. 122.

soli principi di coerenza e corrispondenza (propri del modello dell'*homo oeconomicus*) e i cui processi di scelta possano essere indagati attraverso un approccio tra prima e terza persona. Un modello che voglia porsi come un'alternativa valida dovrà presupporre che gli individui si costituiscano in quanto soggetti con proprie identità attraverso pratiche interazionali significative che vanno a formare le credenze alla base degli *habit* connessi alla capacità dei singoli di interpretare e attribuire significato alle disposizioni comportamentali e linguistiche altrui e agli stimoli provenienti dal contesto di riferimento.

A questo riguardo, la teoria meadiana può offrire alcuni elementi utili per approntare la costruzione di questo modello<sup>22</sup>. Seguendo i passi dalla teoria di Mead, la dimensione relazionale agisce sui soggetti attraverso la regolamentazione degli atteggiamenti coinvolti nell'atto sociale, così che l'individuo assume l'atteggiamento della società organizzando il complessivo processo in proporzione alla possibilità di esprimere se stesso nell'azione della condotta preferita. Gli atteggiamenti comuni di una società si esprimono in particolare nelle istituzionalizzazioni sociali quali la religione, l'etica, l'economia, la politica, giacché l'evoluzione sociale è costituita

«dalle risposte degli individui alle identiche risposte degli altri, cioè alle risposte di classe o sociali, o alle risposte di interi gruppi sociali organizzati di altri individui in riferimento a determinati gruppi di stimoli sociali, essendo queste risposte di classe o sociali le origini, le basi e la materia prima delle istituzioni sociali»<sup>23</sup>.

L'importanza di un certo prodotto o servizio, il valore che gli viene attribuito, e quindi la possibilità di una sua scelta come atto sociale – e lo scambio economico è per sua definizione un atto sociale – è contaminato dal quadro culturale in cui il soggetto si trova, così come il significato di una parola viene condizionato dalla teoria in cui essa è inserita. L'esperienza comune non necessariamente chiama in causa una identità

<sup>22</sup> Per una introduzione al pensiero di Mead mi permetto di rimandare a G. BAGGIO, *La mente bio-sociale. Filosofia e psicologia in G.H. Mead*, ETS, Pisa 2015.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 299. Cfr. J.D. BALDWIN, *George Herbert Mead and Modern Behaviorism*, in *George Herbert Mead. Critical Assessments*, a cura di P. Hamilton, vol. III, Routledge, New York 1992, pp. 125-126.

funzionale dell'agire comune. Essa è invece radicata nelle attitudini comportamentali dei singoli individui che agiscono in quanto appartenenti a quella comunità. Essendo la dimensione comunitaria con le sue regole pragmatiche di comunicazione, verbale e gestuale, a condizionare la genesi dell'identità dei singoli individui, essa motiva anche quei fenomeni, osservati oltre che in sociologia anche nell'economia sperimentale, di 'mimesi' sociale e condizionamento delle scelte da compiere<sup>24</sup>.

Sebbene però gli economisti facciano riferimento alla *mimicry* senza specificarne adeguatamente il significato, parlare di *mimesis* sociale (di *mimicry*) non significa semplicemente osservare atteggiamenti identici in soggetti differenti. Al contrario, significa fare riferimento ad un principio di identificazione nell'agire di un individuo che presuppone un sostrato, risultato di un insieme di convenzioni culturali, che riguarda la possibilità di utilizzare un certo tipo di comportamento segnico (gestuale e linguistico), ovvero di condividere un certo tipo di significati e di fare appello ad un certo tipo di pratiche comportamentali condivise<sup>25</sup>. Si può parlare di 'convenzione', intesa come la capacità di comprendere delle espressioni per un processo di imitazione di pratiche sociali che ci hanno portato a sviluppare le stesse abitudini linguistiche degli altri. Parlare di convenzione, infatti,

<sup>24</sup> Secondo alcuni esperimenti le disposizioni comportamentali dei soggetti sembrano essere strettamente connessi al processo di imitazione del comportamento come meccanismo adattivo, e, come alcuni studi hanno dimostrato, gli stessi comportamenti prosociali aumentano dopo essere stati imitati. B.C.N. MÜLLER, A.J. MAASKANT, R.B. VAN BAAREN, A.P. DIJKSTERHUTS, *Prosocial Consequences of Imitation*, in «Psychological Reports», 110, 3, 2012, pp. 891-898; J. FISCHER-LOKOU, A. MARTIN, N. GUËNEN, L. LAMY, *Mimicry and propagation of prosocial behavior in a natural setting*, in «Psychological Reports», 108, 2011, pp. 599-605; N. GUËGEN, A. MARTIN, S. MEINER, *Mimicry and helping behavior: an evaluation of mimicry on explicit helping request*, in «Journal of Social Psychology», 151, 2011, pp. 1-4; J.L. LAKIN, V.E. JEFFERIS, C.M. CHENG, T.L. CHARTRAND, *The Cameleon Effect as Social Glue: Evidence for the Evolutionary Significance of nonconscious Mimicry*, in «Journal of Nonverbal Behavior», 27, 3, 2003, pp. 145-162; R.B. VAN BAAREN, R.W. HOLLAND, K. KAWAKAMI, A. VAN KNIPPENBERG, *Mimicry and prosocial behavior*, in «Psychological Science», 15, 2004, pp. 71-74.

<sup>25</sup> Cfr. C. LARMORE, *Les pratiques du moi*, PUF, Paris 2004; trad. it. *Pratiche dell'io*, Meltemi, Roma 2006, p. 69: «si tratta di quell'«Altro generalizzato» la cui natura consiste nel rappresentare ciò che ogni individuo dovrebbe fare». *Ibid.*, p. 50. Il riferimento a Larmore, però, si ferma al momento qui, perché egli indica in seguito la possibilità di elaborare una all'«autenticità» che Larmore indica come a) la capacità di vivere spontaneamente attraverso delle azioni irriflesse, e b) come capacità di impegnarsi attraverso una riflessione pratica che comporta l'impegno ad assumersi la responsabilità di quello che si fa o si dice.

permette di staccarci dal meccanismo puramente imitativo perché una convenzione ammette una pluralità di condotte, nelle quali riusciamo a volte a esercitare una certa creatività, facendo uso dei modelli esistenti con più o meno immaginazione in circostanze date. L'identificazione con la società, allora, raccoglie in sé anche la tensione tra, da una parte il senso di appartenenza ad una comunità e la conformazione ad un certo modello di comportamento, e dall'altra la tendenza individuale a differenziarsi e a distanziarsi dagli abiti ereditati. Ne deriva che qualsiasi scelta individuale che possa definirsi originale deve pur far riferimento alla regola che viene messa in pratica nella comunità<sup>26</sup>. Ne deriva anche l'idea di una plasticità delle preferenze umane, per cui i soggetti stessi hanno determinate preferenze anziché altre perché altri lo desiderano, per un principio di 'emulazione'. Ciò vale in particolar modo in riferimento alle preferenze che gli individui mostrano di avere nelle scelte economiche<sup>27</sup>.

Ora, la plasticità delle preferenze richiama l'idea dell'organismo come sistema aperto che agisce nei termini di 'transazioni' con l'ambiente sociale e naturale nel quale è situato in una sorta di 'triangolazione'<sup>28</sup> che si rivela il frutto di una triangolazione più radicata e originaria della

<sup>26</sup> *Ibid.*, pp. 49-50. O, come è stato ben evidenziato da Goldoni riguardo all'estetizzazione dell'economia, ogni azione che voglia definirsi 'creativa' si rivela comunque «parzialmente retrospettiva e, in quanto è in un certo senso una ripetizione, è mimetica ossia prende avvio parzialmente da ciò che è già» (D. GOLDONI, *Estetizzazione dell'economia*, in *Costellazioni Estetiche*, a cura di P. D'Angelo et al., Edizioni Angelo Guerini e Associati SpA, Milano 2013, vol. 1, pp. 206-215).

<sup>27</sup> Secondo Pollack, ad esempio, vi sono alcune preferenze interdipendenti che sono connesse all'influenza che hanno gli *habit* delle persone e solo osservando il comportamento di richiesta degli individui in periodi successivi è possibile distinguere tra preferenze intersoggettive e formazione di *habit*. Cfr. R.A. POLLAK, *Interdependent Preferences*, in «American Economic Review», 66, 3, 1976, pp. 309-320. Prima di Pollack Gaertner ha sostenuto che il consumatore sia influenzato, oltre che dalle proprie esperienze passate d'acquisto, dal comportamento di consumo degli altri individui. Cfr. W. GAERTNER, *A Dynamic Model of Interdependent Consumer Behavior*, in «Zeitschrift für Nationalökonomie», 34, 1974, pp. 327-344.

<sup>28</sup> Sulla 'triangolazione' del desiderio vedi R. GIRARD, *Mensonge Romantique et Vérité Romanesque*, Grasset, Paris 1961 (trad. it. *Menzogna romantica e verità romanzesca*, Bompiani, Milano 2002, in part. capitolo primo). Sulla nozione di 'transazione' cfr. J. DEWEY, A.F. BENTLEY, *Knowing and the Known*, Beacon Press, Boston 1949 e su una connessione tra la nozione deweyana di 'transazione' e il comportamento economico cfr. E.L. KHALIL, *The context problematic, behavioral economics and the transactional view: an introduction to 'John Dewey and economic theory'*, in «Journal of Economic Methodology», 10, 2, June 2003, pp. 107-130.

natura umana alla base della capacità di apprendere i significati delle realtà circostanti e le regole del comportamento segnico e gestuale condiviso. Il processo economico di scambio, sostiene Mead, dipende necessariamente da

«un'identificazione del proprio sé con l'altro, e questo non può aver luogo fra forme viventi in cui non vi sia la capacità di mettere il proprio sé al posto dell'altro attraverso la comunicazione, tramite un sistema di gesti che costituisce il linguaggio»<sup>29</sup>.

Si tratta, in altre parole, di intendere lo scambio economico come una 'mediazione simbolica' in cui la decisione si rivela strettamente connessa alla dimensione semantica. La mediazione simbolica è ovviamente strettamente connessa e interdipendente dal processo di significazione delle relazioni con gli altri e con la realtà circostante, significazione che possiamo indicare anche come la capacità degli individui di 'selezionare' e 'valutare' gli stimoli in base ad atteggiamenti condivisi da una data società che fungono da *frame* logico-semiotico di riferimento per l'interpretazione e la scelta del comportamento economico.

Per la formalizzazione di un modello pragmatista di studio del comportamento economico la teoria del sé sociale di Mead però non è sufficiente. Una tale formalizzazione dovrebbe permettere infatti di tracciare le linee guida di una teoria che accolga al suo interno le dinamiche comunicative coinvolte nelle mediazioni simboliche, intese nei termini di disposizioni segnico-comportamentali senza ridurle alla dimensione puramente logico-sintattica come invece sembrano fare economisti come Samuelson e Little, i quali, riconducendo a formulazioni matematiche i rapporti tra processi di valutazione delle preferenze e comportamento li riducono a mera dimensione sintattica.

Si dovrebbe invece accogliere una prospettiva teorica in cui la dimensione sintattica sia intrecciata ad una dimensione esistenziale – di attribuzione del significato nella relazione tra individui e segni – e a una dimensione pragmatica – la vera e propria 'disposizione comportamentale'.

Alla teoria del sé sociale di Mead va quindi intrecciata una semiotica pragmatista sul modello della semiotica di Morris, secondo cui ogni

<sup>29</sup> G.H. MEAD, *Mente, sé e società*, Giunti, Firenze 2010, p. 378.

stimolo sensibile, sia esso fisico o vocale, può assumere valore di segno nel momento in cui dà origine ad una ‘disposizione’ ad agire attraverso una ‘famiglia di comportamenti’, cioè una serie di sequenze di attività che portano a rispondere in modi determinati<sup>30</sup>. Morris si mostra in continuità con la teoria meadiana e si richiama esplicitamente alla teoria del gesto simbolico di Mead secondo cui il gesto vocale diventa simbolico nel momento in cui provoca lo stesso effetto su chi lo emette come sugli altri. A questo aspetto si connette la dimensione ‘intersoggettiva’ di ogni significato, poiché per quanto un determinato segno possa essere differente nell’esperienza diretta di ogni membro, esso presenta un significato condiviso<sup>31</sup>. Inoltre, la tripartizione morrisiana del processo semiosico nelle tre dimensioni sintattica, semantica e pragmatica permette di evidenziare, l’interrelazione tra la dimensione sintattico-‘formale’ del significato, che si basa sulla relazione sintattica tra simboli (presa a riferimento esclusivo dalla teoria di Samuelson e Little), alla dimensione ‘esistenziale’, ovvero alla relazione del segno con l’oggetto o con la situazione da significare (semantica) e la dimensione ‘pragmatica’ (relazione del segno con le persone)<sup>32</sup>. Vista da questa prospettiva, l’interpretazione della realtà viene identificata con il processo semiotico che coinvolge i soggetti in un medesimo atto sociale determinandone le attitudini ad agire in determinati modi rispetto a determinate circostanze in un determinato contesto.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 19. Per quanto riguarda la nozione di ‘disposizione’ applicato ai segni cfr. C.L. STEVENSON, *Ethics and Language*, Yale University Press, New Haven 1944, in part. pp. 46-59. Stevenson indica il significato di un segno nella proprietà disposizionale che esso mostra di avere come stimolo per una certa risposta (p. 54). La disposizione del segno si rivela quindi essere quella di stimolare una certa risposta da parte del soggetto a cui è diretto.

<sup>31</sup> Cfr. anche P. LINELL, *Rethinking Language, Mind, and World Dialogically: Interactional and Contextual Theories of Human Sense-making*, Information Age Publishing, Charlotte 2009, pp. 56-57: «we do not first have a grammar a priori, and then start building utterances in accordance with it. Instead, we are always immersed in languaging, in and through which we develop habits of using and reusing elements of language and routines of enacting communicative projects through linguistics and other semiotic means. As a result of this continuous process, regularities emerge and rules of linguistic behavior get established and conventionalized».

<sup>32</sup> Cfr. CH. MORRIS, *Foundations of the Theory of Signs*, University of Chicago Press, Chicago 1938 (trad. it. di F. Rossi-Landi, *Lineamenti di una teoria dei segni*, Paravia, Torino 1954); ID., *Signs, Language and Behavior*, Prentice-Hall, New York 1946 (trad. it. di S. Ceccato, *Segni, linguaggio e comportamento*, Longanesi, Milano 1949).

Il modello così delineato può efficacemente essere integrato in una teoria della comunicazione sulla linea di quella elaborata inizialmente da Hall e Fagen e declinata nei termini della pragmatica comunicativa da parte di Watzlawick, Beavin e Jackson<sup>33</sup>. Un tale prospettiva si basa sull'idea di 'sistema aperto' composto da un insieme di individui e relazioni tra individui e loro attributi, questi ultimi essendo identificati come comportamenti di comunicazione degli individui. Si possono indicare gli attributi come i 'comportamenti segnici' e considerare ogni individuo che scambia energia e informazioni con l'ambiente circostante come un sistema organico aperto in cui gli elementi vengono modificati nelle transazioni<sup>34</sup>. In questo quadro ciò che ha importanza fondamentale è l'idea della relazione organica tra individuo e ambiente riconducibile al modello di un sistema aperto (o 'circuito') in cui centrale per il suo funzionamento è il processo di transazione degli individui con la realtà.

L'autorità della prima persona, il carattere sociale del linguaggio e i determinanti esterni del pensiero e del significato si mostrano in tal modo strettamente intrecciati. Il processo di attribuzione di un significato predefinito ad uno stimolo o atteggiamento non risponde a un criterio predefinito che riconduce la correttezza dell'attribuzione richiamandosi a principi logici di coerenza e corrispondenza, ma coinvolge nella comunicazione una dinamica cognitivo-affettiva che è alla base tanto della costruzione del

<sup>33</sup> A.D. HALL, R.E. FAGEN, *Definition of System*, in «General Systems Yearbook», 1, 1956, p. 23. P. WATZLAWICK, J.H. BEAVIN, D.D. JACKSON, *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*, Norton, New York 1967 (trad. it. *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi delle patologie e dei paradossi*, Astrolabio, Roma 1971, pp. 110 e ss.). Non è casuale il fatto che Watzlawick e Beavin facciano esplicito riferimento all'opera di Morris in P. WATZLAWICK, J. BEAVIN, *Alcuni aspetti formali della comunicazione*, in *La prospettiva relazionale*, Astrolabio, Roma 1978, p. 57. Sulle possibili applicazioni della teoria della pragmatica della comunicazione all'economia cfr. A. WILDEN, T. WILSON, *Il doppio legame: Logica, Magia, Economia*, in C.E. SLUZKI, D.C. RANSOM, *Il doppio legame. La genesi dell'approccio relazionale allo studio della famiglia*, Astrolabio, Roma 1979, pp. 314-340. Ho cercato di mostrare le contaminazioni implicite di Mead e Morris sui teorici della pragmatica della comunicazione umana in G. BAGGIO, *Le relazioni patologiche tra filosofia, psicologia e narrativa*, in *Relazioni (In)finite*, a cura di G. Quinzi, L. Pace, La Scuola, Brescia 2016 (in stampa).

<sup>34</sup> Il sistema però, non mostrerebbe nel caso del comportamento economico la proprietà della totalità secondo la quale un qualche cambiamento in una parte causa un cambiamento anche delle altre parti del sistema, anche se le relazioni di mutamento non possono essere misurate né quantificate in relazioni di proporzionalità o progressività.

significato condiviso quanto della formazione delle disposizioni comportamentali ‘preferite’ (in questo caso economiche) dei singoli individui<sup>35</sup>.

Il *framework* così elaborato potrebbe permettere di costruire un quadro di riferimento riguardo all’insieme di regole sociali attraverso le quali i singoli soggetti apprendono determinati significati condivisi dalla comunità e apprendono così anche le modalità di interpretazione, ricostruzione ed espressione dei propri e degli altrui stati interiori, desideri e interessi, e il modo in cui nel processo di valutazione della disposizione segnico-comportamentale, essi si rivelano a favore di un certo tipo di preferenza in una situazione interazionale di comportamento economico. Per fare ciò è necessario considerare la complessità delle dinamiche relazionali e delle regolarità semantiche, ovvero delle relazioni empiriche di simboli con gli oggetti esistenti e delle relazioni dei simboli con il comportamento, come un dispositivo logico-semiotico<sup>36</sup>.

La dimensione epistemologica riguardante gli stati soggettivi viene così ricondotta alle disposizioni ‘segnico-comportamentali’. Assumendo che il processo di formazione di significati in un determinato contesto sia stabile ma ‘non’ statico, che esso è in divenire poiché in riferimento al divenire degli interessi e bisogni umani, è possibile includere l’idea di una plasticità delle preferenze dei singoli individui e del divenire del comportamento economico, di cui già si è detto, in questo quadro.

<sup>35</sup> Una prima formulazione è presente in G. BAGGIO, *Sympathy and Empathy: G.H. Mead and the Pragmatist Basis of (Neuro)economics*, in *Pragmatism and Embodied Cognitive Science*, edited by R. Madzia, M. Jung, De Gruyter & Co., Berlin 2016 (in stampa).

<sup>36</sup> Su questo punto ho iniziato ad elaborare alcune riflessioni sul dispositivo logico-semiotico del comportamento come ‘giudizio di pratica’ in G. BAGGIO, *Le comportement comme dispositif logique-sémiotique entre théorie de l’émotion et jugement de pratique*, in *James, Bergson, Dewey. Du biologique au politique* (in pubblicazione), sous la direction de B. Stiegler, S. Madelrieux. Per quanto riguarda la nozione di ‘disposizione’ applicato ai segni cfr. C.L. STEVENSON, *Ethics and Language*, Yale University Press, New Haven 1944, in part. pp. 46-59. Stevenson indica il significato di un segno nella proprietà disposizionale che esso mostra di avere come stimolo per una certa risposta (p. 54). La disposizione del segno si rivela quindi essere quella di stimolare una certa risposta da parte del soggetto a cui è diretto. Alla base di questa idea vi è una concezione di comunicazione intesa come verbale e non verbale, intendendo per non verbale quel linguaggio che include «le posizioni del corpo, i gesti, l’espressione del viso, le inflessioni della voce, la sequenza, il ritmo e la cadenza delle stesse parole, e ogni altra espressione non verbale di cui l’organismo sia capace, come pure i segni di comunicazione immancabilmente presenti in ogni contesto in cui ha luogo una interazione» (WATZLAWICK, BEAVIN, JACKSON, *Pragmatica della comunicazione umana*, cit., p. 53).

L'idea della 'variabilità del sistema di significati', ripresa da un saggio di Morris in cui egli parla di 'variabile *a priori*', sta ad indicare infatti «un insieme di significati attraverso i quali vengono approcciati i dati empirici» a cui l'analisi comportamentale e linguistica fa riferimento. L'*a priori* non viene inteso come statico e immutabile, quanto piuttosto «soggetto a cambiamento attraverso il contatto con i nuovi dati in cui ci si imbatte attraverso il suo uso, e attraverso i cambiamenti negli interessi e scopi umani» in un «processo a spirale continua»<sup>37</sup>.

Identificando le regole semantiche con abiti comportamentali è possibile vedere tali abiti come regole comunicative che esistono in gran parte in quanto non formulate, ovvero rappresentano l'uso regolare, accettato e condiviso come 'regola' sulla base di un processo empirico che le ha costituite in quanto regole. Ciò permette di evidenziare che non vi sia comportamento che non sia già comunicazione e quindi segno.

È qui sottinteso il presupposto secondo cui ogni comportamento osservato in quanto parte di un sistema sociale più ampio comunica qualcosa al contesto in cui si esprime<sup>38</sup>. Da una prospettiva così delineata

<sup>37</sup> CH. MORRIS, *Logical Positivism, Pragmatism, and Scientific Empiricism*, Hermann et Cie Editeurs, Paris 1937, p. 51. Ciò comporta che l'*a priori* debba essere interpretato come il frutto di generalizzazioni empiriche, ovvero di 'regolarità', trasformate con il tempo in 'regole', cioè in criteri di riferimento per l'osservabilità del comportamento economico. Così delineata si potrebbe parlare della comunicazione come sistema 'transazionale'. Su di una dimensione relazionale più ridotta, potremmo rintracciare delle analogie con quanto Bateson ha definito come «scismogenesi», ovvero come un processo di differenziazione delle norme del comportamento individuale derivante dall'interazione cumulativa tra individui. Cfr. WATZLAWICK, BEAVIN, JACKSON, *Pragmatica della comunicazione umana*, cit., pp. 58 e ss.

<sup>38</sup> Prendendo un esempio da *Pragmatica della comunicazione umana* di Watzlawick, Beavin e Jackson, anche l'uomo che fa colazione in silenzio guardando fisso davanti a sé in una tavola calda affollata sta comunicando senz'altro un messaggio, quello di non voler essere disturbato, o quello di essere assonnato, e chi gli è vicino in genere coglie il messaggio e agisce di conseguenza. In realtà l'approccio di questi autori è per noi troppo rigido, soprattutto per l'esagerata formalizzazione sul modello della cibernetica che essi applicano alle dinamiche comunicative. Non necessariamente, ad esempio, un uomo vuole intenzionalmente comunicare qualcosa, magari l'interpretazione che ne viene data è totalmente differente da quello che egli credeva (o magari nemmeno si preoccupava) di comunicare (ad esempio, l'uomo alla tavola calda che fa colazione in silenzio è semplicemente assonnato e non necessariamente contro ogni possibile interazione); ciò non toglie che possa essere senza problema ammissibile il fatto che il significato di un certo comportamento si costituisca nella interazione, e così anche i malintesi, che sorgono nell'errore di interpretazione di un certo comportamento. Cfr. WATZLAWICK, BEAVIN, JACKSON, *Pragmatica della comunicazione umana*, cit., pp. 40-46.

l'osservazione del comportamento in un contesto sociale si rivela un punto di partenza privilegiato, sebbene non esclusivo, per lo studio del costituirsi ed esprimersi delle preferenze dei singoli soggetti coinvolti nelle dinamiche relazionali. Il che permette di tracciare un quadro di riferimento a partire dall'osservazione di 'regolarità segnico-comportamentali', ovvero di relazioni empiriche dei simboli con gli oggetti esistenti, e di relazioni dei simboli con il comportamento che non escluda la dimensione soggettiva. Il comportamento viene visto come parte di un processo di cui una delle fasi essenziali è soggettiva e non osservabile, frutto di valutazione emotiva e riflessiva del soggetto singolo, e quindi non riducibile alla sua dimensione osservabile, ma che può trovare una integrazione nel quadro semiotico così delineato.

È possibile in tal modo rispondere alla necessità di accogliere il 'non rivelato' come elemento soggettivo non riducibile al comportamento osservato ma non per questo totalmente inconoscibile. Ciò sembra possibile assumendo che i processi di valutazione e scelta dei singoli individui si inseriscano in un quadro più ampio di disposizioni comportamentali che intrecciano azione e comunicazione nel processo di significazione della realtà presa a riferimento nel comportamento economico. Il fatto che i processi di significazione siano intersoggettivi è infatti compatibile con la 'privatezza' di 'eventi interiori' quali l'elaborazione di disposizioni comportamentali in campo economico. L'interazione comunicativa, gestuale e verbale, si mostra infatti la condizione di possibilità di conoscenza degli stati interiori dell'individuo. Una volta ammesso questo, parlare di 'esperienze soggettive' significa utilizzare un vocabolario appreso a sua volta nell'interazione comunicativa, ed è quindi possibile legittimare l'introspezione senza timore di cadere vittime di un innaturale desiderio di certezza che in passato ha portato ad escluderlo dalle indagini psicologiche. Accantonando il presupposto metafisico dell'accesso privilegiato è possibile ridare all'introspezione dignità metodologica e validità epistemica nella valutazione delle preferenze e delle scelte da porre in atto<sup>39</sup>. Tale validità si basa sulla 'convenienza euristica' che rivestono i resoconti

<sup>39</sup> G.H. MEAD, *What Social Objects must Psychology Presuppose?*, in *Selected Writings*, edited by A.J.Reck, University of Chicago Press, Chicago 1964, pp. 175-76.

sogettivi<sup>40</sup> riguardo ai «fenomeni verso i quali solo l'individuo in sé dispone di un accesso esperienziale»<sup>41</sup> ma che non sono totalmente staccati dal contesto sociale che in parte li causa. L'introspezione si inserisce così come capacità dell'individuo ad assumere una disposizione segnico-comportamentale rivolta ai propri stati e sensazioni interiori in quanto causati dalle risposte degli altri individui ai propri segni, le cui realtà sono coinvolte inevitabilmente nelle inibizioni e riorganizzazioni delle possibili preferenze economiche<sup>42</sup>. Questo ampliamento consente in particolare di includere nella valutazione delle scelte da parte degli individui quelle esperienze soggettive che, proprio perché appartenenti a soggetti che si costituiscono nell'interazione comunicativa, permettono di rintracciare negli elementi del contesto sociale e culturale alcune indicazioni sulle possibili condizioni di influenza delle preferenze che tali soggetti possono essere portati a manifestare e il tipo di approccio – ad esempio, egoistico o prosociale – che possono essere più inclini ad assumere in certi contesti anziché in altri<sup>43</sup>. Una tale prospettiva contempla infatti la possibilità di ammettere che i ruoli di azione riguardino la valutazione delle motivazioni che potrebbero essere differenti dalle preferenze personali.

## *Riflessioni conclusive*

Il modello teorico che si prospetta vede il costituirsi di una specie di sociologia descrittiva dei modi comunicativi praticati presso una certa

---

<sup>40</sup> Vedi su questo punto anche W. SELLARS, *Behaviorism, Language and Meaning*, in «Pacific Philosophical Quarterly», 61, 1980, pp. 3-30. Su un confronto tra Mead e Sellars sul valore dell'introspezione cfr. G. BAGGIO, *Il Behaviorismo epistemologico di G.H. Mead*, in *La filosofia sociale di George H. Mead. Analisi, interpretazioni, prospettive*, a cura di A.M. Nieddu, Mimesis, Milano 2016, in part. pp. 57-61.

<sup>41</sup> MEAD, *Mente, sé e società*, cit. p. 43.

<sup>42</sup> G.H. MEAD, *Scientific Method and Individual Thinker*, in ID., *Selected Writings*, cit., p. 176.

<sup>43</sup> Seguendo questa idea, in una società che, ad esempio, promuova regole di comportamento egoistico, è possibile ritenere che le persone manifestino dei comportamenti maggiormente rivolti a soddisfare preferenze egoiste. Sulla distinzione tra atto e azione in Sellars vedi anche J. McDOWELL, *Il pragmatismo e l'intenzione in azione*, in *Pragmatismo e filosofia analitica. Differenze e interazioni*, a cura di R.M. Calcaterra, Quodlibet, Macerata 2006, pp. 50-57.

comunità<sup>44</sup>. Questa analisi offrirebbe notevoli vantaggi perché consentirebbe la raccolta empirica di abitudini comportamentali e semantiche in ambito economico all'interno di particolari contesti socio-culturali in cui il processo di significazione è condizione di possibilità del processo di valutazione e scelta delle azioni e delle preferenze dei soggetti singoli. Ciò sembra permetterebbe l'elaborazione di vari modelli riguardanti i differenti tipi di comportamenti economici in base alle differenti prospettive e ai differenti contesti sociali e comunicativi di riferimento. In particolare, assumendo che il senso di un segno è la proprietà disposizionale che un individuo mostra di avere rispetto ad una certa azione, l'elaborazione di una metodologia di osservazione del comportamento semiotico specifico di un gruppo sociale potrebbe essere anche il punto di partenza per uno studio delle dinamiche relazionali di 'complementarietà' e 'asimmetria' nella tensione tra dimensione individuale e dimensione sociale della costruzione delle preferenze.

D'altra parte, l'elaborazione di una struttura di osservazione del comportamento come dimensione semiotica permetterebbe di rintracciare le operazioni mediante le quali si giunge a significare e valutare i possibili stimoli da selezionare e scegliere per un'azione economica e la possibilità di operare quello che in altro contesto Rossi-Landi ha definito un «rovesciamento pragmatico verso il futuro», che consentirebbe di avanzare ipotesi di formulazione di nuovi comportamenti e nuove scelte economiche, e far sorgere nuovi «comportamenti segnici»<sup>45</sup>. Il quadro così delineato si propone di offrire una base teorica per gli studi applicati riguardo al comportamento economico<sup>46</sup>. Potrebbe inoltre rendere applicabile lo strumento teorico di un *meta-rankings* per valutare l'ordinamento dei diversi gradi di preferenze che un individuo assume nei differenti contesti proprio includendo il valore epistemico dell'introspezione e della comunicazione<sup>47</sup>.

<sup>44</sup> A tal riguardo va segnalato qui l'interessante volume di W. DOLFSMA, *Institutions, Communication, and Values*, Palgrave Macmillan, Hampshire-New York 2009.

<sup>45</sup> Cfr. F. ROSSI-LANDI, *Charles Morris*, Mursia, Milano 1954, pp. 124-125.

<sup>46</sup> Per un quadro dei veri modelli e teorie riguardanti il comportamento del consumatore cfr. D.F. DICLEMENTE, D.A. HANTULA, *Applied behavioral economics and consumer choice*, in «Journal of Economic Psychology», 24, 2003, pp. 589-602.

<sup>47</sup> Cfr. A. SEN, *Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory*, in «Philosophy & Public Affairs», vol. 6., n. 4, 1977, p. 341: «A more fruitful approach may lie in permitting the possibility that the person is *more* sophisticated than

In ultima istanza, esso potrebbe offrire dei parametri di riferimento al fine di incentivare la capacità di consapevolezza del ruolo che le disposizioni comportamentali economiche hanno nel determinare la più ampia visione del mondo di ognuno. In quest'ottica il comportamento economico viene visto come parte della più ampia condotta umana.

---

the theory allows and that he has asked himself what type of preference he would like the other player to have, and on somewhat Kantian grounds has considered the case for himself having those preferences, or behaving *as if* he had them. This line of reasoning requires him to consider the modifications of the game that would be brought about by acting through commitment (in terms of “revealed preferences”, this would look *as if* he had different preferences from the ones he actually had), and he has to assess alternative behavior norms in that light. [...] the apparatus of ranking of rankings assists the reasoning which involves considering the merits of having different types of preferences (or of acting as if one had them)».