

# INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Premessa</i>	1
INTRODUZIONE	
LA LOGICA DEL MERCATO	
0.1. Il mercato e i suoi soggetti	5
0.2. I soggetti del mercato e la loro logica	8
0.3. Gli studiosi del mercato e la loro logica	11
0.4. La logica dell'utilità e la logica delle motivazioni	12
0.5. La logica giuridicista, quella eticista e quella economicista	15
LA TEORIA ECONOMICISTA	
1.1. L'economicismo: una definizione	17
1.2. Walras e la scienza economica	19
1.3. Walras e la teoria del mercato	22
1.4. Pareto: l'economicismo di passaggio (o di frontiera)	26
1.5. La teoria dell'equilibrio economico: «la mano invisibile»	28
1.6. La neutralità e il prezzo giusto	31
1.7. La neutralità del mercato: dall'egoismo all'altruismo	35

## LA TEORIA ETICISTA

2.1.	Economia ed etica	39
2.2.	Economia filosofica ed economia ingegneristica: la politica	42
2.3.	L'economia: un'indebita scissione	44
2.4.	Le motivazioni delle scelte economiche: la razionalità	46
2.5.	Le motivazioni delle scelte economiche: la facoltà di agire	48
2.6.	Libertà e impegno sociale	50
2.7.	Il mercato e il principio di cooperazione	53
2.8.	Il mercato e il socialismo	56
2.9.	L'etica del commercio e il diritto	58

## LA TEORIA GIURIDICISTA

3.1.	Il normativismo: il mercato come <i>locus artificialis</i>	61
3.2.	Il mercato e la teoria delle norme costitutive	63
3.3.	Il mercato e le sue caratteristiche: economia, politica, diritto	66
3.4.	Non naturalità, non neutralità e non a-politicità del mercato	69
3.5.	L'ordine giuridico del mercato e il pluralismo	70
3.6.	L'ordine giuridico del mercato e la Costituzione	73
3.7.	I limiti dell'ordine giuridico del mercato	76
3.8.	Ordinamentaltà e giuridicità del mercato	80

## IL MERCATO TRA NATURA E CULTURA

4.1.	Economicismo ed esclusivismo: una critica	85
4.2.	Oltre l'esclusivismo: l'eticismo	87
4.3.	Oltre l'esclusivismo: il giuridicismo	89
4.4.	Oltre l'esclusivismo: il neo-istituzionalismo economico	90

	<i>pag.</i>
4.5. Il mercato tra scienza e storia	96
4.6. Il mercato: un prodotto culturale giuridico	99
4.7. La logica del mercato	101
4.8. Il mercato e l'eguaglianza	104
4.9. Il linguaggio del mercato	106
4.10. L'economia digitale	109

## BIBLIOGRAFIA