

**Unità didattica 2 – *Le organizzazioni e
l'ambiente***

**Isomorfismo organizzativo:
diversi meccanismi**



Paul J. Di Maggio

Walter W. Powell



Isomorfismo

I processi di isomorfismo **non sono uguali** e indistinti, ma si diversificano secondo una tipologia basata sulle **modalità con cui si sviluppano**

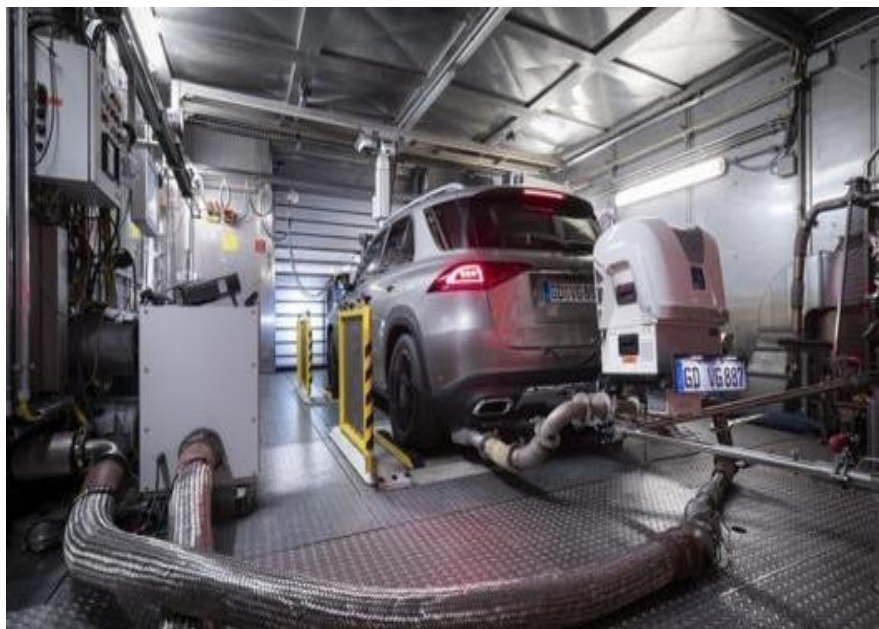
«Tipi di isomorfismo»

Vari tipi di «forze/pressioni», o meglio «di **meccanismi (o fonti) di cambiamento isomorfico delle organizzazioni**» (Powell e Di Maggio)

1. Coercitivo
2. Normativo
3. Mimetico

1. coercitivo: pressioni esterne che obbligano l'organizzazione a conformarsi, ossia ad adottare certe pratiche, modalità di azione, ecc. – per sopravvivere.

*Esempio pressioni che derivano da **leggi**, regolamenti, ma anche **clausole contrattuali** con altre organizzazioni)*



Esempio: norme a tutela dell'ambiente



Esempio: norme per l'accesso a finanziamenti (stabiliti da agenzie, banche, ecc.)

IMPORTANTE: in questo caso cambiamenti non perché effettivamente migliorano le prestazioni, ma **per poter ottenere un finanziamento**

Vanno considerate non solo imposizioni dirette ed esplicite; isomorfismo coercitivo può manifestarsi **in modo più sottile e meno evidente**



Esempio

Adozione di modelli gerarchici per accesso ai finanziamenti

E Powell e Di Maggio inseriscono in tale tipo di meccanismo anche le pressioni esercitate dalle **«attese culturali presenti nel contesto sociale»**



2. normativo: derivano dai **processi di professionalizzazione**, definizione di condizioni, metodi, ecc. con cui si svolge una professione, inclusi i comportamenti legittimi

Importante al riguardo il ruolo dei percorsi formativi (scuole, università, ecc.), inclusi altri strumenti/canali di diffusione di idee

Esempio: marketing manager



Apprendimento tecniche, tecnologie, linguaggi più appropriati, contenuti inappropriati, ecc.

Ma vanno considerate anche influenze di reti di relazioni tra professionisti che si sviluppano in associazioni, eventi, altri tipi di iniziative



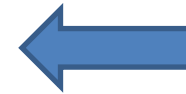
3. mimetico: deriva da processi imitativi
(soprattutto di fronte all'incertezza: si è portati
ad adottare **soluzioni adottate da altre
organizzazioni simili o di successo**)



Leggi, regolamenti,
attese culturali, ecc.



Cambiamento



Processi di
imitazione



Diffusione di standard
professionali

Campo organizzativo

Il discorso muove dal concetto di **campo organizzativo**: «insieme di organizzazioni che, considerate complessivamente, costituiscono un'area riconosciuta di vita istituzionale»



Non solo unità in concorrenza tra di loro, ma una **moltitudine di attori** («una galassia vasta ed eterogenea») che in modo più o meno diretto e consapevole concorrono ai/sono responsabili dei cambiamenti in quel «campo» di attività

Esempio: imprese di un determinato settore in concorrenza tra loro, ma anche fornitori, produttori di servizi (che quelle imprese usano), consumatori, agenzie di controllo, strutture pubbliche, associazioni di imprese, sindacati, ecc.



Cambiamenti (isomorfismo) come risultato dell'azione incrociata di tutti gli attori presenti in un campo organizzativo



Conflitti (di campo)

Processi di isomorfismo (in una direzione piuttosto che in un'altra) non sono naturali, automatici. Ci sono sempre conflitti, resistenze, ecc. → *Questione del potere negli attori di un campo*

I diversi attori e le loro iniziative, le aggregazioni di interessi, i conflitti, ecc. definiscono le caratteristiche del «campo», danno forma al «campo»



Altri aspetti del «campo»

Alcune considerazioni:

- la struttura del campo non può essere determinata a priori, ma è l'esito della ricerca empirica
- «galassia» dai confini fluidi e indistinti

Testi di riferimento

G. Bonazzi, *Come studiare le organizzazioni*, cap. 3