

pesanti, ma a un qualcosa che vive, a un animale plastico dai lunghi sensori. L'imprenditore umanista Gianfranco Dioguardi, studioso dell'Illuminismo e teorico dell'individuo imprenditore di se stesso, ricorre all'immagine dell'aragosta, che è un miracolo di decentramento informativo. La biologia s'ubentra alla meccanica per far capire l'odierna realtà di un'impresa. E l'impresa viene inserita in un contesto accidentatissimo, turbolento, terribilmente complicato. Il manager è uno skipper, un surfer. Si sguainano le teorie della complessità e del caos, che mandano a riposo le belle sicurezze d'un tempo sulla prevedibilità dei fenomeni. Un minimo fatto in un luogo produce conseguenze enormi in un luogo lontanissimo. «Basta il battito delle ali di una farfalla a Tokyo per scatenare un ciclone sulle Azzorre», dice una battuta nella comunità degli affari. E il sociologo Edgar Morin ha detto: «Il vecchio universo era un orologio regolato perfettamente. Il nuovo universo è una nube incerta».

Alcuni filosofi fanno i chierici vaganti, vanno nelle aziende e vi depositano il loro sapere arduo e fosco, predicando incertezza e turbamento. Uno di questi è il bergamasco Mauro Ceruti, allievo di

saperi diversi - spiega ed esorta il prorettore della Bocconi Severino Salvemini, amante delle incursioni in territori inesplorati. Le materie scientifiche hanno le armi spuntate. Ora, continuiamo pure le nostre tradizionali specializzazioni, che sono imprescindibili, ma tentiamo anche altre vie all'insegna della multidisciplinarietà, di una ragione orizzontale e pieghevole, non dogmatica.

Tutti questi fermenti nel mondo vivo delle imprese finiscono per incidere nelle stesse Università. A Milano è in atto a esempio un curioso fenomeno incrociato. In Bocconi gli studenti possono accedere da quest'anno a corsi di filosofia nella Statale e a corsi liberi di letteratura, spettacolo, musica e arte: lo scopo è una preparazione più morbida e rotonda, dove l'economia si arricchisce di stimoli umanistici. E a Lettere e Filosofia della Statale, sull'onda del nuovo statuto, si terranno speciali corsi post-lauream per far conoscere la realtà vera delle aziende.

«Fra impresa e filosofia è caduto il muro ideologico», dice il filosofo Aldo Gargani, autore della *Crisi della ragione* (Einaudi). Dopo le stagioni degli anatemi, i filosofi riscoprono l'azienda non come luogo alienato e mercificato, ma come centro privilegiato per elaborare conoscenze e sperimentare rapporti umani. Un orizzonte tentato. Tanto che il sociologo De Masi sta per firmare a marzo una nuova rivista, *Next*, edita da Franco Maria Ricci, per celebrare nuove nozze fra cultura e impresa, come un tempo avveniva sulle pagine di riviste come *Civiltà delle macchine*, *Pirelli e Comunità*.

Claudio Altarocca

Geymonat, Piaget e Morin. Con un altro filosofo dell'incertezza e dei nuovi modelli del sapere e dell'organizzazione, Gianluca Bocchi, ha scritto un piccolo classico, *La sfida della complessità* (Feltrinelli). Ceruti e Bocchi, ai manager assetati e attoniti nelle aziende, parlano dei fisici Prigogine e Varela, di superamento delle vecchie due culture alla Snow, quella umanistica e quella scientifica, e incitano e affrescano scenari inauditi. Saltano i confini tradizionali fra discipline. L'azienda diventa un «caosmos», un caos pulsante e organizzato. «E' in atto un'alleanza trasversale fra

*Non è un Siddharta
allo sbaraglio, utile
per uffici stampa
e pubblicità: lotta
ad armi pari con
economisti e ingegneri*

