

Urban Ecco il turista, antieroe del viaggio

Il turista, chi è costui? Un «personaggio sconosciuto, o più esattamente trascurato», «un soggetto che non ha anima». È da questo assunto che parte il curioso libro del sociologo francese (nonché linguista, storico ed etnologo) Jean-Didier Urbain, «L'idiota in viaggio» (Aporie Edizioni, pp. 279, lire 28.000). Un titolo, spiega l'autore, deliberatamente equivoco, per un libro scritto «non per denigrare, ma per riabilitare». Già, perché «l'idiota» è inteso nella sua accezione latina di «uomo che non ha conoscenza», e quindi in quella greca, di «privato cittadino». L'idiota del titolo non è dunque un imbecille, ma un inesperto. E tuttavia, l'ambiguità è piaciuta all'autore. Il turismo è ormai un fenomeno di massa. Tutti siamo stati, almeno una volta nella vita, turisti. Eppure nessuno ama definirsi come tale. E ciascuno preferisce pensarsi attraverso una categoria più nobile, da cui il vero turista è sempre ossessionato, quella del viaggiatore. «Il disprezzo antituristico», scrive Urbain, «lo troviamo nel turista stesso. Emana sia dalla nostra cultura che dal suo incontro con gli altri, e deriva da una lacerazione della coscienza occidentale che può riassumersi così: se l'Europa ha inventato il turismo all'alba del XIX secolo, ha ben presto rinnegato questa invenzione e sembra che, da allora, non abbia smesso di pentirsi. Fra la creazione della "moda" turistica e la sua immediata condanna, ecco dunque il turista erede disprezzato di questa contraddizione». Ed è su di essa che indaga il libro del sociologo, in modo divertito e puntuale, rivisitando i diversi modi in cui il turista è stato visto fin dalla sua nascita. Se qualcuno ne ha fatto l'oggetto dei suoi insulti, altri, più di un secolo fa, lo ha guardato con «l'occhio curioso di un etnografo», compilandone una comica tipologia. Rodolphe Töpffer ne elencava svariate specie, fra cui il turista tarchiato, quello rapinato, quello appollaiato... Un eroe ambiguo, questo che viaggia nelle pagine del libro, e ci porta, con i suoi bizzarri comportamenti, in paesaggi di confine, in deserti, in lunghi tour d'arte. Fino a scoprire tutti i suoi «doppi».

Troppo legati alla logica interna dell'impresa, incapaci di aprirsi alle novità: identikit di una élite al bivio

«I manager? Iperspecializzati ma aridi» E l'azienda non parla più alla società

Pier Luigi Celli descrive «l'italiana» illusione manageriale dell'autosufficienza. Ma una postfazione del filosofo Galimberti contesta la tesi. Non c'è nulla a cui aprirsi, la realtà esterna è già modellata su quella aziendale. Che ruolo per la politica?

Chi è il manager, oggi? Vediamo una definizione possibile: un uomo strutturato, con idee chiare sugli obiettivi e mezzi per raggiungerli, attrezzato a fare, nell'azienda, cose specialistiche in modo efficiente. Un uomo che parla il linguaggio dei bilanci, idioma comprensibile solo all'interno dell'azienda, che investe molto di se stesso nella realizzazione professionale, che lascia poco tempo a tutto ciò che normalmente arricchisce la vita di emozioni, sentimenti, contaminazioni. Ebbene, soprattutto in Italia, quest'uomo soffre, senza curarsene troppo, di un limite culturale, che mentre lo specializza nelle sue funzioni, aumentandone l'efficienza tecnica, tende a isolarlo dalla realtà che circonda l'azienda. Questo manager comunica poco con ciò che sta fuori del suo lavoro e della sua logica, e rischia oggi di diventare «muto», proprio come l'impresa, rispetto alla realtà sociale. Il suo massimo orizzonte di riferimento è rappresentato dall'efficienza, e infatti assume come spiegazione di sé del suo fare un assioma molto noto («ciò che è bene per l'azienda è bene il paese»). Secondo Pier Luigi Celli, dirigente d'azienda, sociologo-filosofo dell'azienda, autore di un saggio impegnato e profetico (eloquente il titolo «L'illusione manageriale»), questo italico manager manca di coraggio e di fantasia, di vivacità umana, e in definitiva coltiva la persuasione sbagliata che ci si possa chiudere nella logica dell'azienda, senza osmosi con la realtà sociale, e senza che questo porti a un fallimento.

Quanto è «grande» questa illusione manageriale? E quanto ha permeato di sé, ad esempio, anche la politica, con quel parlare di azienda Italia, in cui sembra che l'arte di governare i conflitti sia solo un «fare tecnico» basato su efficienza e competenza specialistica?

Il lettore va messo sull'avviso. Questo saggio di Celli è accompagnato da una succosa postfazione di Umberto Galimberti che espone una tesi del tutto opposta. Il libro è insomma un dialogo: Celli sostiene l'incapacità dell'azienda e del manager a guardare fuori dall'impresa stessa, Galimberti sostiene che questo non è in realtà vero: perché l'ambiente sociale è ormai strutturato, nelle sue linee di fondo, «in modo aziendale». E allora per il sistema azienda non c'è alcun bisogno di guardar fuori, perché il fuori è già strutturato come il dentro. L'assunto di Galimberti contiene una conclusione, che lui stesso considera amara: se questo è vero, ossia che la realtà ha essa stessa assunto su di sé la logica dell'azienda, si deve parlare di «fine dell'umanesimo nell'età della tecnica». Con quel che ne segue: sono i mezzi a determinare i fini, la politica è adattamento passivo alle necessità create dalla tecnica, e tende a risolversi quindi in semplice amministrazione tecnica. C'è insomma il concretizzarsi di una tendenza che Max Weber aveva lucidamente intuito: la burocratizzazione degli stati moder-

ni comporta la dipendenza della politica dalla competenza specialistica.

Si dirà che il dialogo appare astratto e ingessato in due ipotesi contrapposte e eccessivamente rigide. In realtà il dialogo contiene due opposte verità. Quella di Celli ha il merito di mettere in discussione una filosofia, quella aziendale, che oggi sembra inattuabile. Non più di due anni fa Berlusconi vinse le elezioni, trasformando questa filosofia in mitologia: se uno è bravo a fare l'imprenditore è bravo anche a fare politica, perché in definitiva la società è un'azienda che va amministrata bene. Celli contesta questa filosofia, che riduce e degrada lo spazio della politica, ma non demonizza affatto la funzione del manager. Né rimpiange i tempi della commistione tra imprese e politica. Solo, si aspetta di più dall'azienda e appunto dal manager: «Nel generale declino delle ideologie, di fronte a spazi sconfinati di dibattito, l'impresa si ritira: a presidio di una logica degli interessi senza grandi virtù, capitalizza sul vuoto generale ma non offre contributi». Per offrire di più alla società, dice Celli, il manager deve rimettere in discussione la dimensione egoistica di un capitalismo oligarchico, e deve trovare «il coraggio e la fantasia di fare le cose difficili», rivitalizzando il suo rapporto con la società. Per il manager si tratta di «riarricchirsi» di esperienze umane, e di riconsiderarsi lui stesso come essere «umano, troppo umano»: «L'imperfezione manageriale è questa - scrive Celli -, è credere di perseguire la propria missione in un alone di razionalità e di potenza e non voler capitalizzare le debolezze, i ritardi, i debiti personali, come ragione piena in cui si risolvono le mille contraddizioni di una vita divisa». Inevitabile ricordare l'aforisma di Vladimir Jankelevitch: «Si può vivere senza filosofia, senza musica, senza gioia, senza amore. Ma mica tanto bene».

A questo punto le posizioni si invertono. Mentre Celli, che è dirigente d'azienda, invoca per il manager la ricchezza del sociale e rimprovera ai politici di volare basso, perché cercano di risolvere la complessità con strumenti aziendali, Galimberti, che è filosofo, rovescia l'assunto. A partire dall'età moderna, afferma, lo spazio tipico della politica, ossia «l'agire sociale», ha ridotto se stesso al «fare tecnico». «Dove vige la legge delle cose le scelte non dipendono più da decisioni politiche e tantomeno sottostanno al controllo dei soggetti sociali, ma scaturiscono dalle possibilità tecniche in campo che obbligano il potere politico a risolversi in amministrazione tecnica». Insomma non è più la politica a scandire il ritmo del progresso, ma viceversa. In questa situazione è ovvio che il modello della funzionalità aziendale sia il modello della società. Per cui, conclude Galimberti, «l'illusione manageriale cui fa riferimento Celli è in realtà la forma della politica e lo schema di lettura della società». Esiste una sintesi delle due verità?



Una veduta dell'esterno della Borsa di New York

Christopher Ward-Jones

Dal governo dell'impresa al governo L'illusione tecnocratica vive tra noi

È il fine che determina il mezzo, o viceversa? È la politica che stabilisce il ritmo del progresso o è questo che impone la sua legge alla politica, riducendola a ruolo di semplice amministratrice? Da Platone e per tutto il medioevo, fino all'avvento della società moderna i termini della questione erano chiari. Adesso, passando per Hobbes, Saint Simon, Weber, Burnham, Marcuse, Luhmann e tanti altri, le cose sono rovesciate, ma anche più



■ **L'illusione manageriale**
di Pier Luigi Celli
Laterza
Pp. 152
Lire 18.000

complicate. Cos'è e come si è formata, e come vive oggi, ad esempio, la visione tecnocratica che «insidia» progressivamente l'agire sociale e politico e la sua specificità? Dal punto di vista teorico, come è noto, si può definire «tecnocrazia» un sistema sociale nel quale il potere politico è attribuito a tecnici ed esperti, in quanto detentori di conoscenze oggettive e neutrali, rilevanti nell'azione di governo. Fu proprio Saint Simon a teorizzare per primo la necessità di affidare ai protagonisti della nuova società industriale, tra cui gli scienziati e i tecnici dell'industria, il governo della cosa pubblica. Un secolo dopo negli Usa ci fu chi

(Veblen) sostenne una tesi eretica per quel paese: ossia che solo una programmazione diretta da tecnici avrebbe potuto superare il mercato e la connessa produzione di disuguaglianze e conflitti sociali. Joseph Burnham andò più in là nell'analisi: sostenne ad esempio (1941, «La Rivoluzione dei tecnici») che la diffusione delle grandi imprese e la separazione, nelle società per azioni, della proprietà dei mezzi di produzione dalla loro gestione, rappresentavano aspetti di un processo che avrebbe portato la classe dei manager a sostituire quella capitalistica, con risultati non lontani da quelli prodotti in Russia dalla rivoluzione bolscevica. La conclusione era sbagliata ma l'analisi del cambiamento nella natura della proprietà capitalistica e del suo rapporto con la società era feconda. Fu solo nel dopoguerra che la pervadente visione tecnocratica, opposta a quella della democrazia rappresentativa, fu sottoposta a una indagine critica complessiva e profonda. Basta pensare alle opere di Meynaud, Marcuse, Touraine, e Luhmann, uno dei massimi esponenti della teoria dei sistemi. Negli Usa Kellner e Heuberger hanno analizzato recentemente l'integrazione delle due classi medie che si sono succedute negli ultimi decenni, una quella dedita agli affari, un'altra, emergente, costituita da tecnocrati che trattano la produzione di beni non materiali e di servizi.

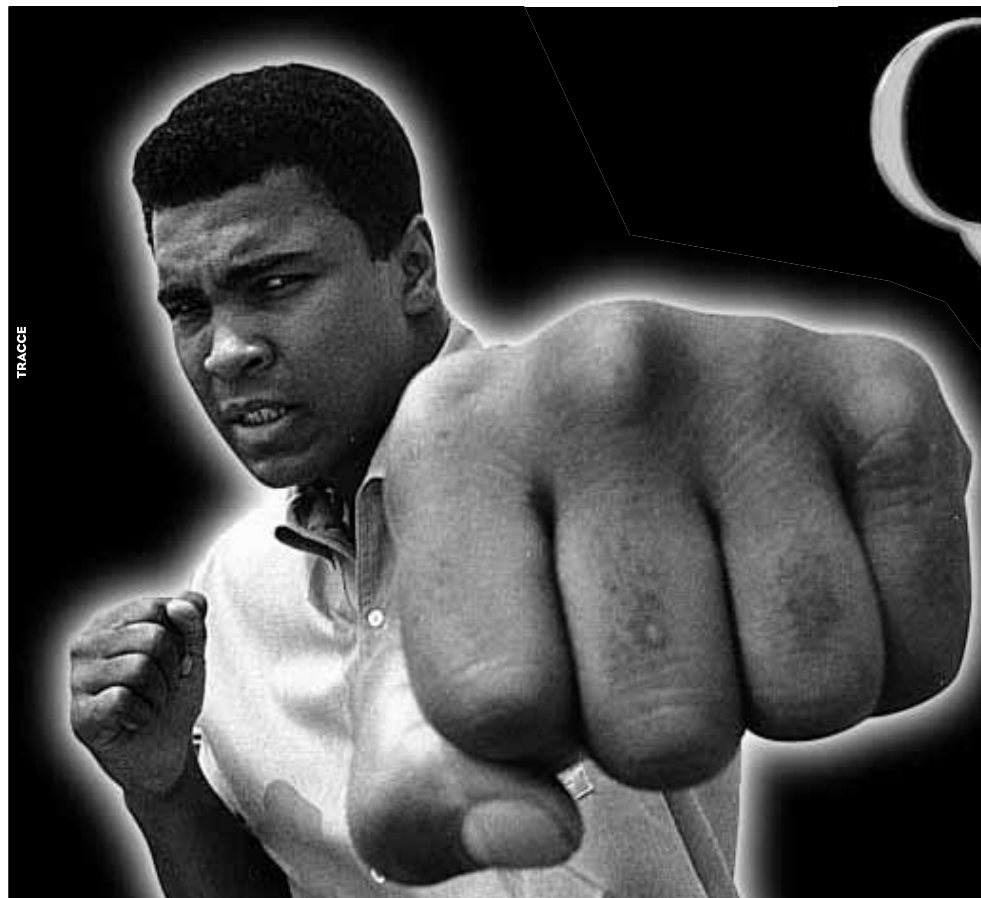
Casa della Cultura

Le facce d'Italia «studiate» a Milano

MILANO. Come sta cambiando la società? Nel segno della complessità, sicuramente, di una complessità dentro la quale è difficile districarsi ed è ancora più arduo tentare previsioni. La Casa della Cultura di Milano (via Borgogna 3), storico ormai luogo di dibattito e di elaborazione culturale, tra i pochi centri sopravvissuti alla marea nera degli anni Ottanta, si propone appunto per raccontare questi «mutamenti» della società italiana, con una serie di incontri che dovrebbero sottolineare i processi in corso, processi che appaiono solo in parte governabili e che investono simultaneamente le istituzioni dello stato e del mercato, inducendo comportamenti nuovi nei diversi attori sociali: dai partiti ai sindacati, dalle imprese alle istituzioni politiche, dalle associazioni ai soggetti diffusi, modificando le forme della rappresentanza e della convivenza e le stesse modalità dei conflitti e della cooperazione sociale. Il quadro che si presenta è dunque assai ampio: dai meccanismi dello sviluppo locale all'impresa post-fordista, dalle istituzioni tra società e politica alla finanza, dall'impresa sociale alla comparsa dei cosiddetti lavori atipici. L'ambizione è quella di mettere a confronto attori diversi tra ricerca universitaria, impresa, sindacato, pubblica amministrazione, in sei incontri in calendario tra la fine di quest'anno e l'inizio del prossimo. L'Italia insomma della produzione e della cultura, l'Italia del lavoro e quella della politica valutati insomma secondo punti di vista assai diversi, spesso antagonisti.

Si comincia stasera, alle ore 20.45. Tema proposto: «L'orizzonte dello sviluppo sociale», cioè le modalità della crescita produttiva nelle diverse aree del paese, dal Nord Est al Centro al Sud, costituitesi secondo sistemi in forte autonomia. I relatori saranno Aldo Bonomi, autore di un recente libro, «Il capitalismo molecolare. La società del lavoro nel Nord Italia» (pubblicato da Einaudi), Giorgio Macciotta, sottosegretario al tesoro, Giuseppe Dematteis, geografo, Gioacchino Garofalo, teorico delle aree-sistema, Andrea Margheri, uno dei responsabili per il Pds delle politiche economiche, Pietro Modiano, del Credito italiano, Fabio Terragni, presidente dell'Agenda Nord Milano.

Il secondo incontro, per il primo dicembre, sarà dedicato a «tempo e spazio nell'impresa post-fordista», con Carlo Donolo, Ota de Leonardis, Luigi Bobbio, Pertugi Crosta, Luigi Fiorentino, Michele Magno, Mario Miraglia, Giorgio De Michelis, Riccardo Terzi e Roberto Vitali. Seguiranno, a gennaio, gli altri tre incontri.



QUANDO ERAVAMO Re

«La gente in America trova difficile prendere un pugile sul serio. Non sa che io mi servo della boxe soltanto per raggiungere determinati scopi. Non faccio il pugile per la gloria del combattimento, ma per cambiare un mucchio di cose.»

Muhammad Ali, Kinshasa 1974

Per la prima volta
in edicola
un film
introvabile
e imperdibile.

**VINCITORE
DI 1 OSCAR**



novità
l'U