

L'azienda ha una mente?

di Marcello Franchi¹ e Mario Trombino²

Come ogni anno, alla fine di marzo siamo passati dall'ora solare all'ora legale. Le due dizioni implicano che l'una appartenga alla realtà fisica (la rotazione apparente del Sole intorno alla Terra), l'altra ad un universo giuridico, quindi ad una realtà mentale che si sovrappone su quella fisica, modificandola non certo sul piano fisico ma solo sul parallelo piano della mente.

Ovviamente non è così. Entrambe le "ore" appartengono al piano della mente: hanno solo un diverso riferimento al piano fisico. È la mente dell'uomo che divide in 24 parti il movimento apparente del Sole intorno alla Terra, e potrebbe dividerlo in altro modo. Ed è sempre la mente a fissare i meridiani, e così via.

Questo esempio ci mostra una cosa importante: quanto poco distinguiamo nella vita reale quello che appartiene alla mente e quello che appartiene alla realtà fisica. In effetti viviamo in una sorta di continuum fisico-mentale. Per accorgersene è sufficiente chiedersi a quale piano appartengono gli enti a cui si riferiscono i nostri pensieri. Una famiglia composta da marito, moglie e due figli, a quale piano fa riferimento? Certo, non ad uno solo: le parole *marito* e *moglie* fanno riferimento al piano giuridico, la parola *figli* a quello fisico. Ma noi non perdiamo tempo a distinguere.

Vale così per qualsiasi realtà passi per la sfera del pensiero. Ora, è del tutto evidente che noi non abbiamo, né possiamo avere, alcuna conoscenza di realtà che non passano per la sfera del pensiero, così come non possiamo percepire alcun suono che non passi per l'udito e alcuna immagine visiva che non passi per la vista. Abituamente non teniamo conto di questo, e distinguiamo nettamente due tipi di realtà: quella fisica e quella mentale, separandole del tutto. Un oggetto materiale diciamo che appartiene alla realtà fisica e non a quella mentale, un'idea diciamo che

¹ Ingegnere, dirigente d'azienda dal 1999; dirige per Diogene Multimedia programmi di ricerca applicata nell'area della filosofia della mente

² Professore di Storia e Filosofia; dirige per Diogene Multimedia programmi di ricerca applicata nell'area della filosofia della mente. E-mail: mario.trombino@yahoo.it



appartiene a quella mentale e non a quella fisica. Ovviamente dir così significa essere imprecisi: sia un oggetto materiale che un'idea, visto che sono da noi conosciuti, appartengono alla sfera della conoscenza, e quindi alla realtà della mente; la differenza sta nel fatto che vengono riferiti, dalla nostra mente e dentro la nostra mente, a due realtà diverse: l'oggetto materiale alla realtà fisica, l'idea alla realtà mentale.

Altrettanto ovviamente, questo non significa affatto che il piano della realtà fisica e quello della realtà mentale sono entrambi mentali; significa solo che è la mente a conoscerli: che è nella mente, e non su un piano diverso, che avviene la conoscenza.

Nel vivere dentro la realtà, noi tendiamo a non distinguere il piano fisico e quello mentale, come mostrano gli esempi dell'ora solare/legale e della famiglia, perché la realtà in cui viviamo è in effetti (nella nostra esperienza) una sola, ed è fisico-mentale, in un continuum reso possibile dal fatto che qualsiasi realtà passa sempre, per essere conosciuta, dalla mente. Un aspetto mentale, qualsiasi sia il tipo di realtà di cui parliamo, c'è sempre.

Insieme con altre discipline, è la filosofia ad occuparsi di questo strano intreccio di realtà diverse nel continuum della realtà in cui viviamo. Ed è quindi la filosofia una delle discipline utili quando la nozione di realtà pone problemi. Il fatto che gli strumenti della filosofia conducano ad esiti provvisori e parziali, pur avendo essa di mira l'analisi della totalità del reale e la comprensione della sua effettiva complessità, non è affatto un buon motivo per accantonarla: darà pur risultati parziali, ma qualsiasi conoscenza umana ha questo problema. E i risultati parziali non sono nulla, come proveremo a mostrare col seguente esempio.

In tema di filosofia dell'industria, da anni ormai si assiste a una continua pressione dell'opinione pubblica e degli stessi addetti ai lavori per una maggiore attenzione alle questioni di tipo etico. Ormai non si tratta più soltanto dei tradizionali temi del lavoro e dei "diritti", ma anche di temi ambientali e, sempre più spesso, di questioni che riguardano il ruolo stesso dell'industria nella complessità integrata dei sistemi sociali, economici e politici, visti nella loro interazione. Si pensi, per citare alcuni casi emersi negli ultimi anni, al ruolo delle multinazionali farmaceutiche e a quello dell'industria bellica.

Il tema è di chiara pertinenza della filosofia. Non certo in via esclusiva: di etica si occupano anche altre discipline, ciascuna caratterizzata da un proprio taglio prospettico sulla realtà. La filosofia si limita a proporre il suo taglio prospettico, e vi aggiunge anche il tentativo di una comprensione in termini di sistema: mira a tracciare le interazioni tra tutti gli elementi in gioco, ragionando in termini di complessità e di totalità. C'entra Dio, ad esempio? Sì, perché non sapendo se esiste o meno, e non riuscendo a identificarne i caratteri, ogni ancoraggio dei temi etici alla divinità (cioè ad una assoluta oggettività dei valori) è legata alla fede, e non alla sfera della conoscenza empirica e razionale.

Se un'industria, accanto a molte altre discipline, utilizza anche la filosofia per esaminare i temi etici legati alla sua specificità aziendale, non otterrà certezze. Otterrà una trama di analisi che studiano ogni aspetto della questione in rapporto

all'intera realtà in cui viviamo. Non ci sarà aspetto che, pregiudizialmente, resterà fuori. Ad esempio il fatto che vi possa essere netta contraddizione tra i caratteri tipici del sistema capitalistico di cui l'industria è espressione e le finalità etiche della stessa industria o del sistema, è tema che la filosofia studierà collegando i singoli elementi a quello che sappiamo della realtà complessiva di cui il sistema capitalistico e la sfera dell'etica sono parte.

Poiché la filosofia tiene sempre presente la distinzione tra il piano fisico della realtà e quello mentale, visti nel continuum della vita di cui tutti facciamo esperienza, nessun elemento del gioco potrà essere tenuto fuori. Risulterà subito evidente che ragionare in termini di risultati di bilancio è necessario per un'industria come per qualsiasi azienda, ma quale sarà il fattore "tempo" da prendere in considerazione? L'analisi dirà che è del tutto ovvio che la base sia il trimestre, l'anno, o il periodo di investimento previsto, e così via, ma solo in rapporto a determinati aspetti. Rispetto ad altri occorrerà prendere in considerazione tempi molto più brevi (ad esempio quelli di chi investe in Borsa) o molto più lunghi (ad esempio in tema di biodiversità). Ora, chi decide è la mente, sul suo piano, e le conseguenze si ripercuoteranno sul piano delle altre menti ma anche su quello della realtà fisica. Per conseguenza un'analisi filosofica rigorosa si chiederà *quale* mente decide: l'industria, in quanto azienda che possiede una identità, ha una mente? Definisce una *mission*, ha una *vision*, identifica valori, entra in rapporti commerciali e giuridici con persone fisiche e con molti altri tipi di enti con cui sottoscrive accordi, contratti, e così via. Ma... ha una mente?

Certo, se ce l'ha, essa è composta da molte menti *reali*: quelle di qualsiasi persona che entra nel gioco dell'identità dell'industria come azienda. Dunque l'analisi delle questioni etiche dovrà tenere conto dell'identità di ciascuna di queste menti e del loro insieme – ma l'insieme non è per nulla la semplice somma delle parti o la combinatoria dei loro conflitti.

Insieme con altri, questo è un tipo di indagini che la filosofia conduce. Essa riconosce una sola autorità – quella della ragione – e sa che è una autorità provvisoria, fallibile, incerta, e che non ne abbiamo altre più alte. E interpreta le realtà in cui viviamo (quella fisica e quella mentale) come una sola realtà, ovviamente studiandone le interconnessioni e l'insieme.

Sui temi etici come su quelli economici l'azienda ha un ruolo ermeneutico, perché è portatrice di una interpretazione della realtà che si manifesta nell'agire di tutti coloro che lavorano all'interno di essa; imprenditori, dipendenti e spesso perfino clienti e fornitori "leggono" la realtà attraverso il filtro aziendale, portandoli a decisioni e comportamenti spesso profondamente diversi da quelli che porrebbero in atto come singoli. Ma non avendo l'azienda una mente propria reale, e prendendola in prestito dalle molte menti reali che hanno un ruolo al suo interno, si comporta come una mente virtuale. In un mondo reale.

Un intreccio oggettivamente interessante, e per studiarlo la filosofia affina i suoi strumenti.

