

## Giocare la diversità e l'unità in una dimensione internazionale. Non esterofila

Rosario Faraci

L'editoriale di Lorenzo Caselli, apparso nell'ultimo numero di *Impresa Progetto*, è, come sempre nell'apprezzato stile del suo estensore, intellettualmente molto stimolante. Interrogarsi, alla fine del primo decennio del nuovo secolo, su dove possa andare l'azionalismo italiano è di fondamentale importanza, e non per logiche inerenti la redistribuzione del potere e la formazione di nuove alleanze fra accademici di generazioni diverse. E' in ballo, infatti, l'identità di una intera comunità scientifica di fronte ad alcune importanti sfide.

A livello nazionale, non si escludono spazi per un possibile ruolo di interlocuzione con le istituzioni che gli azionalisti avrebbero pieno titolo ad esercitare, poiché l'attuale dibattito sulla competitività del sistema Paese non può rimanere presidiato solo dagli economisti. A livello internazionale, si possono cogliere nuove opportunità per far conoscere meglio, attraverso la diffusione di scritti in inglese, i fondamenti dell'azionalismo italiano e il contributo di idee al pensiero manageriale proveniente dalla "scuola italiana". In tale direzione, è interessante la sperimentazione avviata dal *Journal of Management and Governance* e dall'Aidea di dedicare uno *special issue* ai prodromi italiani dell'*entrepreneurial governance* e un *panel* di contributi all'interno del XXX Convegno mondiale della *Strategic Management Society* che, interamente organizzato da studiosi italiani, si è tenuto a Roma nel settembre del 2010, coinvolgendo ulteriormente quattro sedi nelle cosiddette *extensions*.

Fermo restando che rimane indelegabile compito di ogni studioso provvedere ad arricchire la personale "cassetta degli attrezzi" con novità di idee, contenuti, metodologie di ricerca e riscontri empirici, non v'è dubbio che l'attuale varietà di interpretazioni del ruolo di accademico nelle discipline aziendali, da nord a sud per tutto il Paese, sovente frutto di originalità e creatività "all'italiana", andrebbe analizzata più a fondo, al fine di individuare, laddove riscontrabili, linee di indirizzo comuni e valori di riferimento più univoci.

Le pubblicazioni – nella loro totalità, non solo quelle divulgate in ambito nazionale ed internazionale in forma di articoli e monografie – riflettono tale varietà di interpretazioni che, spesso, anziché accrescere nella diversità la competitività della scuola italiana, la hanno indebolita nel suo complesso a livello

internazionale, assicurando giusta visibilità soltanto a pochi singoli o gruppi con maggiore familiarità verso gli standard dominanti della ricerca svolta all'estero. Altre comunità scientifiche nell'ambito delle scienze sociali – economisti, sociologi, psicologi – stanno rapidamente percorrendo nuovi sentieri di ricompattazione che, senza sacrificare la naturale libertà dello studioso nella scelta dei temi e degli ambiti in cui esprimere al meglio le proprie capacità di ricerca e didattiche, hanno rinvigorito alcuni approcci di studio ai fenomeni (ad esempio, quello processuale) e definito comuni griglie valutative di riferimento che aiutano a comprendere come esercitare al meglio il ruolo di ognuno in ambito internazionale e posizionano in maniera chiara e distintiva una scuola nazionale nello scenario mondiale. In tal senso, l'Accademia Italiana di Economia Aziendale e alcune società o comunità scientifiche di riferimento nelle nostre singole discipline potranno svolgere insieme, e con rinnovati vigore ed entusiasmo, un più forte ma non invasivo ruolo di indirizzo; una funzione di cerniera fra i vari gruppi locali; un prezioso *trait d'union* con altre società scientifiche internazionali dove già sono presenti, attivi e ben posizionati, alcuni studiosi italiani, soprattutto fra i più giovani.

L'esperienza estera di alcuni accademici italiani, talora maturata autonomamente e in maniera quasi esplorativa, talaltra in modo più sistematico attraverso la frequenza di *Ph.D.* stranieri e l'ingresso in importanti circuiti del sapere, può esser messa a disposizione dell'intera comunità degli aziendalisti per accrescerne nel suo complesso forza, visibilità e prestigio, consentendole di recuperare *gap* di competitività che si riflettono, inevitabilmente, nei sistemi nazionali di valutazione della ricerca e nel meccanismo dei finanziamenti pubblici. Anche nell'esercizio dell'attività didattica, questo contributo può risultare determinante per rivitalizzare le modalità di insegnamento delle nostre discipline e assicurare agli studenti, pur nella varietà di apprendimento dei saperi specialistici, l'acquisizione di una "forma mentis" di pensiero e metodo autenticamente aziendali.

Gli aziendalisti sono una categoria di studiosi molto privilegiata, perché la naturale diversità di temi e di interessi non rende mai noioso il lavoro di ricerca, di didattica, di organizzazione della vita universitaria. Ciò che gli aziendalisti hanno di fronte è l'azienda, e dunque, per definizione ognuna è diversa da un'altra. E l'azienda, a sua volta, si presenta come un contenitore di fenomeni e di eventi, profondamente diversi tra loro, anche per effetto della dinamicità del contesto esterno. Ma l'azienda ha la prerogativa di presentarsi in modo unitario, dunque presidabile concettualmente attraverso poche categorie. I Maestri dell'aziendalismo italiano avevano ben colto questa specificità e sono stati bravi nel dare un importante contributo culturale allo sviluppo delle nostre discipline e, attraverso esse, alla crescita economica del Paese, specialmente nel secondo dopoguerra. I loro allievi, moltissimi dei quali oggi prossimi alla pensione, hanno proseguito in tale cammino, alimentando la diversità e riportandola ad unità in momenti ben precisi della vita universitaria, mai traumatici, durante i concorsi. Oggi c'è una nuova sfida di fronte a tutti noi, quella di coniugare diversità ed

unità, in una prospettiva più autenticamente internazionale e meno esterofila, e dunque capace di preservare la specificità del sapere nazionale, senza tuttavia chiuderlo sotto chiave in una cassaforte che mai più nessuno sarà capace di aprire.

**Rosario Faraci**  
Ordinario di Economia e gestione delle imprese  
Dipartimento di "Impresa, Culture e Società"  
Università degli Studi di Catania  
corso Italia 55  
95029 Catania  
e-mail: faraci @ unict.it