

Sul *senso* dell'impresa: *focus* specifico in unità

Giovanni Maria de Simone¹

1. Introduzione

Gli interrogativi sul *senso* dell'impresa si sono fatti più urgenti, e a ciò hanno contribuito le *interazioni sistemiche* su scala *globale*. È emerso il tema dell'*unità* dei *differenti*.

Legato al tema dell'unità è quello del fine. Ogni cosa è in se stessa *una, indivisa*. E, perché vi sia definizione piena di una cosa, bisogna che se ne metta in luce il fine. Pensiamo a una casa. Un'ipotesi è definirla come insieme di mura, tetto, pavimento. E se non vi fosse il pavimento, perché si usa la nuda terra? Oppure, in un paese con clima perfetto per vivere all'aperto di giorno e di notte e senza pericoli dall'alto, non si potrebbe decidere di costruire pavimento e muri e di avere un cielo di stelle? Nei casi descritti, una cosa rimane presente: il *fine abitativo* della casa. La casa è un luogo organizzato al fine di abitarvi.

A questo proposito, non appare casuale che la parola inglese *integrity*, che ha valenza sia fisica sia morale, indichi l'intero, e l'intero indichi a sua volta un *tutto*, quindi qualcosa di *unitario*.

Possiamo, quindi, mettere meglio a fuoco la relazione fra *integrity* e *purpose* nello specifico caso dell'impresa?²

2. Per profitto o per dovere?

a. Il profitto come *fine ultimo proprio dell'impresa*

Secondo le riflessioni ormai classiche di Milton Friedman, «l'unico obiettivo dell'impresa è creare valore per gli azionisti e ciò implica che ai manager non

¹ **Giovanni Maria de Simone** è un imprenditore e riveste la carica di Amministratore Delegato di Gustorotondo.

DOI: 10.15167/1824-3576/IPEJM2020.3.1321

² A qualcuno potrà sembrare che l'attività d'impresa non necessiti di teoria. Tuttavia, nessuna pratica è priva di una teoria, anche solo implicita. Se mi alzo al mattino per andare al lavoro, ho una qualche teoria (implicita quanto si voglia) riguardo al fatto che andare è meglio che restare a casa.

dovrebbe essere consentito di perseguire obiettivi morali a spese della profittabilità»³.

In questo schema interpretativo, l'impresa è un istituto esclusivamente economico, e coincide quindi con l'azienda.

Anche all'interno dell'impresa, ogni soggetto opera al fine di massimizzare la propria utilità. E così *deve* fare. Il mercato non è solo il tessuto costituito dalle imprese in relazione fra loro e con i consumatori. Esso è anche il tessuto interno a ogni singola impresa. Ogni attore massimizza la propria utilità, e i comportamenti sociali come il *teamwork* hanno senso solo fintanto che sono funzionali rispetto a tale massimizzazione.

b. Kant e l'impresa del dovere

Un modo differente di pensare l'impresa è proposto da Evan e Freeman. In *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism* essi propongono il passaggio al Kantian capitalism⁴.

Ora, nella Fondazione della metafisica dei costumi, Kant afferma: «Vedere nella sua vera figura la virtù non è altro che rappresentare la moralità spogliata da ogni mescolanza del sensibile e d'ogni falso ornamento della ricompensa o dell'amore di sé»⁵.

L'unico fondamento è il dovere⁶. Il principio per il quale si deve amare concorda con la legge⁷. Tuttavia, fra tale fine e il fine della propria felicità vi è contrasto: «Un singolare contrasto forma con questa legge il principio della propria felicità, che alcuni vorrebbero erigere a principio supremo della moralità. Esso suonerebbe così: Ama te stesso sopra ogni cosa, e Dio e il tuo prossimo per amore di te»⁸.

Ora, se venendo meno l'unità di una cosa viene meno la cosa stessa, le *cose* non tenderanno a preservare la propria unità? E tendere a preservarsi non è amarsi? Ogni cosa non tenderà ad amare ciò che la fa essere?

Inoltre, non si fa talvolta riferimento all'etica con la parola *integrity*, che contiene proprio il concetto di intero, e quindi di unitario?

³Friedman M., *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*, in *The New York Times Magazine*, September 13, The New York Times, New York 1970, pp. 122-124

⁴Cfr. William M. Evan e R. Edward Freeman, *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism*. In T. L. Beauchamp and N. E. Bowie (eds), *Ethical Theory and Business*, 3rd Edition, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, p. 97 e nota n. 2 p. 105

⁵Immanuel Kant, *Fondazione della metafisica dei costumi*, Traduzione e introduzione di Filippo Gonnelli, *Classici della filosofia*, ebook, Economica Laterza, © 2019, Gius. Laterza & Figli, Sezione II, nota I).

⁶Cfr. *ivi*, Sezione II, [407].

⁷«Con ciò concorda benissimo, però, la possibilità di questo comando: «Ama Dio al di sopra di tutto, e il tuo prossimo come te stesso»». Immanuel Kant, *Critica della ragion pratica*. Introduzione, traduzione note e apparati di Vittorio Mathieu, Bompiani 2014, parte I, libro I, cap. 3, 147-148.

⁸*Ivi*, nota.

c. Ineludibilità dell'etica del fine

Il tema etico, a ben vedere, è ineludibile: qualsiasi modello di impresa o comportamento si *scelga*, si opererà appunto una scelta. E ogni scelta richiede, per esser tale, un fine. Ogni azione umana in quanto umana, poi, è diretta a un fine ultimo, per quanto eventualmente implicito. Se non vi fosse un fine ultimo, massimamente formale, ma solo fini particolari diversi non unificati, come scegliere? Se si potesse scegliere fra più fini, allora tale scelta avverrebbe per un fine, e i 'più fini ultimi' si rivelerebbero in realtà non esser tali.

3. Fine dell'impresa, solidità e socialità

La questione del fine dell'impresa, in quanto essa è organizzazione di esseri umani, non può non tenere conto della questione della *relazione*.

A. Il contrattualismo

Secondo la visione *contrattualista* ciascun essere umano tende solo al proprio interesse, alla propria utilità, e il contratto sociale serve a massimizzarla, evitando una lotta senza regole che porterebbe a una sua diminuzione. L'uomo si associa per convenzione e per convenienza.

La teoria economica neoclassica, di cui la *shareholder theory* si nutre, prende le mosse da una visione contrattualista.

La *stakeholder theory* allarga gli attori e gli ambiti di interesse, ma in alcuni casi anch'essa rimane nel quadro del contrattualismo. In quest'ottica, la "giustizia" è un artificio necessario: potendo, nel caso in cui la "giustizia" sia contraria al proprio interesse, uno ne farebbe a meno⁹.

B. L'unità originaria

Visione profondamente diversa è quella per la quale *unione con gli altri esseri umani e fioritura del singolo essere umano* sono originariamente solidali. L'unità è in tal senso la condizione *naturale*. Portare l'unione verso la perfezione è togliere gli ostacoli, propri o altrui, che ne impediscono il pieno realizzarsi. Questo può essere inteso in analogia con il lavoro del medico, secondo il detto *medicus curat, natura sanat*. E ogni parte, nell'unione perfetta, è al massimo del proprio splendore.

La società come tale non può essere un limite alla propria realizzazione. Essa potrà essere di fatto imperfetta, ma la perfezione del singolo, come tale, non può essere in originario contrasto con la perfezione di altri.

Anche la fauna, la flora, i monti e i mari non sono *totalmente altro*.

⁹Una trattazione articolata dei fondamenti filosofici delle teorie relative alla Responsabilità Sociale d'Impresa si trova in: Stefano De Mattei, *La responsabilità sociale d'impresa. Un approccio etico*, Relatore Francesco Botturi, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Anno accademico 2014/2015

Una qualche unità è implicata anche dall'essere altro. Due cose qualsiasi totalmente irrelate possono esistere? Pare che, già per il fatto di essere *due*, esse siano in qualche modo insieme, in unità: in che senso, se non prendessimo le due cose *insieme* esse sarebbero *due*?

Poi, in quanto fra loro differenti, e però in unità, le cose rimandano a qualcosa *di comune* che sia *altro* rispetto ad esse. Qui è da trovare la relazione fondante l'unione, e il bene comune, di tutto e di ogni cosa, che, posto come massimamente formale nell'ordine dei fini, porta ogni essere umano – e con ogni essere umano l'intero creato – alla fioritura.

Si tratta allora, per quanto possibile, di approfondire e far fiorire le relazioni nella relazione massimamente formale.

Le divisioni tolgono *solidità*. Il concetto di solido implica proprio quello di intero, indiviso. La terminazione *-idus* del latino *solidus*, poi, indica la qualità durevole.

4. Il senso dell'impresa: perfezionamento secondo la propria specificità

A questo punto, approfondiamo il *senso* dell'impresa.

Nel suo esercizio sono coinvolti esseri umani, l'ambiente naturale e artificiale, i beni o servizi prodotti e il denaro. Ognuno di tali elementi e le relazioni reciproche necessitano considerazione, al fine di portare alla luce il *framework* complessivo dell'impresa in quanto tale.

La *specificità dell'impresa* non sta nell'operare per perfezionare l'unità, possibilità che accomuna ogni organizzazione e essere umano; essa, invece, sta nello *specifico modo* con il quale essa contribuisce alla creazione di unità.

Il *particolare* obiettivo dell'impresa è da intendersi come *focus*¹⁰ sulla fioritura di clienti (attuali e *prospect*) e collaboratori in relazione fra loro attraverso la produzione *creativa* di beni o servizi e la loro fruizione. Porre come *focus* la fioritura di tutti gli *stakeholder* in ugual modo è *chiedere troppo* all'impresa.

La sua specificità trova senso nella *divisione del lavoro*, nella distinzione delle parti e delle loro attività per raggiungere un fine comune.

Il *focus* su particolari *stakeholder* non esclude nessuno, lasciando che possano essere compresi anche coloro che neppure conoscono l'esistenza dell'impresa.

Il *focus* particolare nella visione dell'intero vale sia per l'impresa, sia per chi opera al suo interno. E così come se una parte del corpo è in difficoltà le altre parti del corpo prestano il loro soccorso (se ci si fa male a un piede, il cervello ragiona su come intervenire, e la mano opera per curarlo), allo stesso modo se una parte dell'azienda è in difficoltà le altre parti si adopereranno per aiutarla.

Le persone potenzialmente destinatarie dei beni sono considerate avendo di mira la loro fioritura e attendendo normalmente in cambio una qualche gratitudine e altri

¹⁰Sul tema del focus nell'atto cognitivo umano cfr. Cory, T. (2013). Implicit vs. explicit self-awareness and the duality of conscious thought. In *Aquinas on Human Self-Knowledge* (pp. 134-173). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9781107337619.009

beni o denaro (*giustizia commutativa*). In tal senso, i destinatari sono messi a fuoco nel loro essere potenziali clienti (*prospect client*), ma, di nuovo, quel che è messo a fuoco non impedisce che si veda dell'altro, che vi sia consapevolezza del fatto che la dimensione economica e la giustizia commutativa non esauriscono il senso della relazione. In effetti, ridurre la relazione al suo carattere meramente economico è impoverirla.

Lo scambio di beni o servizi avviene fra persone, e questo dato non è irrilevante: lo scambio produce anche *intangible assets* condivisi fra le persone, come ad esempio la contentezza per l'operazione svolta insieme. Questo punto aiuta a riflettere anche sullo scambio mediato dalla tecnologia, che rischia di lasciare in ombra la persona "dall'altra parte" rendendo difficile la creazione di *asset* condivisi.

La produzione dell'impresa, poi, è normalmente *sin-ergica* per il fatto che nell'impresa operano solitamente più persone in *comunicazione* fra loro.

Le persone che operano nell'impresa non sono mezzi di produzione. Esse operano principalmente per la fioritura dei destinatari e propria. Quest'ultima non è generata semplicemente dal compenso ricevuto o dallo status che è riconosciuto, bensì anche dalla consapevolezza di essere d'aiuto e dalla soddisfazione per la propria capacità creativa.

La capacità delle persone unite in impresa di aiutare lo sviluppo personale è più della somma della capacità di ogni persona sola. Il lavoro di squadra, il *teamwork*, trova qui parte del suo senso.

5. Principi guida per l'impresa

Alla luce di quello che abbiamo visto, possiamo definire *principi guida* per l'impresa.

Essi, in quanto principi, potranno aiutare l'impresa in ogni ambito, da quelli più generali, come la definizione di *mission*, *vision* e piano strategico, a quelli più specifici.

a) Intenzione buona (*Right intention*)

Il perfezionamento dell'unione – personale, dell'impresa, della comunità – è il principio guida secondo il quale si struttura l'intero *framework*.

La cosa più rilevante nell'unione è il desiderio di unità. In questo senso, la giusta intenzione (*right intention*) è la cosa più importante.

Non sempre, o forse mai, sarà possibile realizzare un'operazione che non rechi neppure un nocumento minimo. Questo è vero non solo per le imprese, ma per ogni essere umano nella vita di tutti i giorni. Supponiamo, ad esempio, che una persona vada a fare la spesa, e che per farlo utilizzi l'automobile. L'utilizzo dell'auto produrrà un qualche inquinamento atmosferico. A questo punto, qualcuno potrebbe dire che si deve utilizzare la bicicletta. Ebbene, anche in tal caso vi sarà un, benché minimo, nocumento per l'ambiente: la respirazione produce anidride carbonica, le gomme della bicicletta si consumeranno leggermente, lasciando qualche traccia, e così via.

Ora, questo vuol dire che non sia lecito fare la spesa nei casi descritti? Non necessariamente. L'azione sarà buona a patto che:

- L'intenzione ultima sia rivolta a qualcosa di buono e solo a qualcosa di buono
- Il danno sia quindi relativo alle circostanze dell'azione
- Non vi siano alternative di azione, tali da evitare o diminuire il danno, che siano ragionevoli

Tale ragionamento è indicato nella tradizione come *principio del duplice effetto*, e la sua formulazione originaria è attribuita a Tommaso d'Aquino¹¹.

b) L'unità non esclude le differenze

Come un corpo umano solido non esclude le differenze fra le parti, così l'intero della comunità umana e l'unità d'impresa sono unità *articolate*. Una buona *mission* d'impresa esprime la specificità dell'impresa tendendo alla massima unità possibile, considerando l'unità-fioritura dell'impresa, delle persone che vi operano (solidità psicologica e fisica), dei clienti, della comunità e dell'ambiente.

c) Il fine delle persone eccede l'economia

Consapevolezza del fatto che il fine di ogni essere umano non è riducibile al buon funzionamento economico dell'impresa, e del fatto che nessun prodotto potrà mai appagare completamente il desiderio di felicità di qualcuno. L'unità personale è più preziosa dell'unità intesa in termini puramente economici (massimizzazione dell'utilità). L'etica del lavoro non può quindi essere isolata, come fosse unico riferimento e come alcune volte una gonfia retorica tende a far credere.

d) Prendersi cura

Come la salute necessita talvolta del medico affinché si pongano condizioni a essa favorevoli, secondo il detto *medicus curat, natura sanat*, così in generale il perfezionamento dell'unità, della solidità d'impresa, necessita che ce ne si prenda cura, creando condizioni favorevoli.

e) Il focus non esclude

Il focus dell'impresa, come abbiamo visto, è sulla fioritura di persone nella loro dimensione di clienti (attuali e prospect) e collaboratori in relazione fra loro attraverso l'attività produttiva dei beni (o l'erogazione di servizi) e la loro fruizione.

Tale focus non escluderà altri aspetti e altri *stakeholder*. Le altre dimensioni rimarranno per lo più sullo sfondo, ma in alcuni casi potrebbero divenire prioritarie.

f) Concretezza

L'utilizzo di sistemi informativi produce un notevole potenziamento di alcune capacità dell'impresa. Tuttavia, l'astrazione rischia di fare perdere la consapevolezza del fatto che "dietro" ai numeri vi sono persone, beni materiali, *intangibles*,

¹¹Si veda *Summa Theologiae*, II-II:43:3; I-II:12:1

abitazioni, ambiente naturale e così via.

I clienti corrono analogo rischio, cioè quello di vedere solo il bene o servizio erogato e non le persone che lo hanno prodotto. È importante che vi sia uno spirito di concretezza, tensione a vedere il concreto che l'astratto non può mostrare.

Una qualche esperienza che può aiutare a comprendere la bontà del lavoro nella sua concretezza può essere data dall'esercizio di alcuni lavori manuali creativi. Basti pensare alla soddisfazione con la quale alcune persone dedicano parte del proprio tempo alla costruzione di modelli di aerei, case o automobili, al giardinaggio, alla lavorazione del legno.

g) Empatia

Lo sviluppo di relazioni richiede che ci si sappia mettere nei panni dell'altro. Questo vale sia per le relazioni all'interno dell'impresa sia per le relazioni fra le persone che operano in impresa e clienti o fornitori. Un ambito nel quale è chiara la rilevanza dell'empatia è quello della comunicazione verso i clienti. Essa è però rilevante in ogni ambito dell'operatività d'impresa.

h) Tensione alla produzione di beni che aiutino a fiorire

L'impresa sarà caratterizzata dalla tensione alla produzione e commercializzazione di beni che siano davvero tali per i *target client*, e cioè che li aiutino a fiorire. Se, ad esempio, si sceglierà come target per un *social network* persone che ne hanno bisogno perché altrimenti perderebbero buone relazioni, allora bene. Tuttavia, scegliere come target persone che già passano troppo tempo davanti allo schermo, e fare leva sulla loro debolezza, mina l'*integrità (integrity)* dell'impresa e dei destinatari. Affinché si formi un circolo virtuoso di perfezionamento è necessario anche un miglioramento delle preferenze espresse dai clienti.

i) Intendimento del senso complessivo e Imprenditorialità diffusa

Gli esseri umani sono *aperti al senso complessivo*. Per questo, è importante che ogni persona che lavora comprenda il senso di quello che sta facendo anche in rapporto al fine dell'impresa. Anche a chi svolge mansioni molto specifiche deve essere reso comprensibile il contributo che sta dando per il progetto complessivo.

L'apertura alla totalità delle persone che operano in impresa fiorisce anche come capacità imprenditoriale, cioè capacità di ideare e trasformare la realtà al di là di schemi prefissati.

Compito di ognuno, all'interno dell'impresa, è aiutare nella predisposizione di condizioni che facilitino l'esercizio dell'imprenditorialità. Tale aiuto è esso stesso esercizio di imprenditorialità, ed esprime il desiderio che l'uomo cammini sulle proprie gambe (e non sia schiavo di nessuno). Tale modo di operare è profondamente diverso da quello prospettato dal sistema *taylorista* o dal *micromanagement*.

j) Consapevolezza della relazione denaro-prodotti-esseri umani

I beni o servizi prodotti sono al servizio delle persone. Il denaro, a sua volta, è finalizzato ad agevolare la produzione dei beni o servizi utili. La fluidità dei capitali rende possibile apportare rapidamente sostegno là dove è richiesto. La rapida mobilità dei capitali porta però con sé il rischio della tentazione di operazioni speculative, le quali invece minano la *solidità*.

k) Creazione di un ambiente di fiducia

Più si ha fiducia, più si ha unione, e viceversa meno si ha fiducia, e più si ha divisione. Per colmare le divisioni si è allora portati a iper-strutturare i processi aziendali, creando norme stringenti e dettagliate. L'operatività tende allora alla paralisi, portando l'impresa verso la rovina.

l) Agilità

L'agilità dell'impresa, che permette di adattarsi a contesti in rapida evoluzione, è il risultato della fiducia diffusa e dell'imprenditorialità permeati dall'indirizzo comune di intenti.

m) Chiarezza

La chiarezza nella definizione degli obiettivi, delle metriche adottate per la valutazione dell'apporto all'impresa, degli impegni assunti e in generale nel dialogo è importante al fine del mantenimento di un ambiente di fiducia.

n) Speranza

Dare fiducia all'interno dell'impresa implica la speranza di una risposta, di cui non vi è garanzia. Alla luce di tale speranza sono da considerare anche le attività di welfare aziendale: chi le attua spera che chi ne beneficia ne faccia buon uso, per il bene suo, dell'impresa o dei famigliari. Ma non può averne certezza. Tali attività non sono una sorta di *corporate philanthropy* dal sapore un po' paternalistico.

o) Equity

La giustizia va considerata come indirizzata alla concreta fioritura in unità. La giustizia si declina, all'interno dell'impresa e nelle relazioni fra l'impresa e gli altri *stakeholder*, come giustizia commutativa e distributiva.

La giustizia non si identifica con la perfetta aderenza a norme o procedure predefinite: *summum ius, summa iniuria*. Le norme non possono definire ogni caso concreto, e dovranno essere seguite in tanto in quanto aiutano a realizzare il perfezionamento dell'unità.

Sicché non si esclude la possibilità che una persona che lavori in impresa decida di diminuire il bonus cui avrebbe diritto secondo le regole scritte, o viceversa che l'impresa dia a una persona che vi lavora e che si trova in una condizione particolarmente gravosa più di quanto è stato originariamente pattuito. In questo senso, l'equità non è definibile a priori, ma richiede di valutare il singolo caso.

La giustizia distributiva richiede anche che i beni dell'impresa siano distribuiti in modo equo (che non significa uguale) fra le diverse funzioni e divisioni e fra le persone che operano in esse.

Casi di grave infustizia, che minano profondamente l'unità dell'impresa e della persona e che l'impresa deve quindi impegnarsi fortemente a evitare, sono il *mobbing*, il *bossing*, lo *straining*.

p) Coraggio e giusta resistenza

Entrambe le qualità esprimono una certa forza, la capacità di superare ostacoli, e sono frutto di equilibrio: un eccesso si traduce in progetti temerari, o in testardaggine nel perseguimento di obiettivi che andrebbero modificati (*pivot*) o abbandonati. Un difetto, invece, si traduce nella mancanza di capacità di adottare nuove strategie o tecnologie restando attaccati alle vecchie, oppure nell'abbandono prematuro di progetti buoni.

q) Prudenza

La prudenza, si dice, non è mai troppa. Ed è proprio così, poiché è capacità di operare adeguatamente, nel caso concreto, verso il fine buono; e l'operazione massimamente adeguata non è un eccesso. Si potrà eventualmente avere paura di non essere stati perfettamente prudenti, ma la paura non indica necessariamente mancanza di prudenza.

r) Moderazione

La moderazione non è una costrizione rispetto a una buona aspirazione (ad esempio a un certo reddito). Essa, invece, è la capacità di moderare una certa tendenza di carattere dis-integrante. Il paradosso di Easterlin, ad esempio, mette in luce che, oltre un certo livello di reddito, non si ha alcun aumento del livello di felicità percepito. La massimizzazione della funzione di utilità non massimizza la felicità.

La volontà di perseguimento di livelli di reddito sempre più alti crea divisione interna, dovuta alla tensione divaricatrice fra, da un lato, la volontà di incremento continuo anche sopra a una certa soglia e, dall'altro, la frustrazione per la mancanza del miglioramento atteso. Tale mancanza di miglioramento, poi, è dovuta al fatto che il reddito non è più funzionale a beni al servizio delle persone, sicché sarà opportuno o spostare parte della propria energia verso altri ambiti anche meno remunerativi in termini economici, oppure trovare il modo di incanalare il reddito verso progetti umanamente fruttuosi.

s) Umiltà imprenditoriale e manageriale

La metafora del giardino può aiutare a orientarsi. La terra del giardino è ciò che fornisce nutrimenti, e nel seminare ci si sporca le mani.

Umiltà è lavorare la terra affinché l'impresa possa fiorire, e prendersi cura dell'impresa tutta fin dalle radici. I fiori non vi sarebbero senza radici, che stanno nascoste e a contatto con la terra. I fiori propriamente sono espressione della pianta tutta intera; senza radici, senza gambo, senza foglie, che fiori avremmo? I manager con compito di governo globale saranno tanto più capaci quanto più conosceranno l'intera azienda e si prenderanno cura di essa nella sua interezza.

t) *Esercizio*

Le buone capacità viste sopra, come ad esempio il coraggio imprenditoriale, necessitano di esercizio per essere mantenute. Via via che ci si esercita, però, le azioni buone vengono svolte in modo sempre più agevole e soddisfacente.

Intangible assets e virtù imprenditoriali hanno "utilità" marginale crescente. I beni immateriali relazionali, come ad esempio le buone relazioni fra colleghi o i comportamenti virtuosi, danno gioia marginale crescente. A fronte di un costo elevato e scarso appagamento per un primo comportamento buono, ci si può attendere un costo via via minore e un appagamento via via maggiore.

6. Conclusione

Se la globalizzazione a cui stiamo assistendo è per alcuni aspetti un processo di *uniformazione*, per altro aspetto essa si presenta come profondamente *sistemica*.

In modi diversi è sorto il tema dell'unità e della molteplicità, della *diversità*.

Nella lettera enciclica *Laudato si'*, la parola *sistema* o *sistemi* si trova 32 volte, e se consideriamo anche parole composte, come *ecosistema* o *geosistema*, il totale sale a 58. Sorprendentemente, anche la parola *comune* compare 58 volte.

Il tema della relazione sistemica richiama l'unità trascendentale, che *esprime l'unità lasciando apparire le differenze* del complesso sistema che la nostra casa comune è, mostrando come riduzionismo, individualismo e isolamento siano lesivi del soggetto, dell'impresa e del mondo: desiderio del fine, unità e perfezione si muovono insieme.

Alla luce dell'unità trascendentale è possibile sviluppare diverse attività umane, ciascuna focalizzata su un particolare aspetto o ambito, senza che il *focus* sia *esclusivo*, permettendo così di avere uno sguardo orientato al bene.