

Prefazione

La banca polifonica con il marketing antropologico

Giulio Sapelli

La vita sociale s'intreccia con quella economica continuamente e solo la riduzione utilitaristica delle discipline economiche, universitarie in primis, in questo ultimo quindicennio ci hanno fatto dimenticare questa verità. E' la società che fonda l'economia e non viceversa. Eppure la pulsione aggressiva delle corporazioni universitarie disciplinari si spinge sino al punto di credere (e soprattutto d'insegnare alle giovani menti plasmabili con ogni pregiudizio) che all'essenza filosofica della vita, con i suoi eterni dilemmi e i suoi reiterati interrogativi, si possa dare una risposta che non è filosofica o teologica, ma, invece, economica tout court. Proliferano i saggi, i paper, come oggi si recita, proliferano le slide e i CD: presentano equazioni che dovrebbero spiegare l'altruismo, l'amore, la vita amorosa e altri misteri della vita associata che si auto-spiegano con le regressioni multiple e gli strumenti macro-economici. Gli spettatori sono le folle di discenti ancora innocenti e di manager già peccatori di un peccato di presunzione e di autoreferenzialità, così come lo è molta della nostra vita associata. Anche il lavoro delle persone viene sussunto al paradigma economicistico e dilavato dalla storia, così da divenire ciò che non è stato mai e mai sarà: merce immota e immobile, senza vita. I suicidi sul lavoro, che aumentano sempre più, dolorosamente contraddicono queste tesi, oggi che il dissenso e l'autorganizzazione dei lavoratori hanno lasciato il posto al solo dolore e alla sola sofferenza degli ultimi sul luogo di lavoro: persone, sempre.

Anche la moneta è un organo vivente e luminescente di significati: sia essa scambiata simbolicamente nelle società poco differenziate o sia essa merce simbolica potente che guida e condiziona la mobilità sociale, la vita delle famiglie, le pulsioni individuali tramite il credito e la sua multiforme presenza, nelle nostre società altamente differenziate e specializzate, che si divaricano attraendo nelle loro fessure sociali nuovi mondi vitali.

La banca è un reticolo, in questa luce, di relazioni sociali: l'intermediazione e gli intermediari finanziari sono organismi viventi perché incontrano e fanno incontrare mondi vitali che si affacciano verso diverse ere della marcia umana verso la civilizzazione: ossia un processo multiforme e plurimo, ma scalare, di conoscenze e di tecniche che gli uomini associati nel potere usano come totalizzanti strumenti, anche se spesso dichiarano che s'ispirano ai fini.

Questo libro curato da Enzo Mario Napolitano e Luca Massimiliano Visconti è uno sguardo pieno di creatività interpretativa sui "mondi altri", "altri" dalle vecchie cattedrali dell'industrializzazione e, poi, della società neo-industriale e oggi ossessivamente e distruttivamente finanziaria. "Mondi altri" che si affacciano al dispiegarsi della moneta simbolica con sempre più spiccata originalità e distintività: un'originalità che ci deve salvare, convincendoci ad abbandonare un punto di vista dominato dalla disperazione: può esistere, infatti, una finanza che non distrugge e che, invece, crea e fa risorgere il rapporto con l'altro come "prossimo". Si viene in tal modo configurando una teodicea dal seno stesso di un'economia "salvata" e "salvatrice" dei diversi e degli ultimi...

Libro esemplare. Per me, vecchio cultore e propugnatore del marketing antropologico piuttosto che psicologico – spesso d'inferma natura scientifica – questo libro rappresenta una lieta novella e la prova che nulla vi è di più deleterio della disperazione. Essa, la disperazione, è sempre narcisismo nichilistico, autismo sociale. Il libro è un raro esempio, invece, di come si possa studiare gli intermediari finanziari, e il marketing che ne può derivare, senza farsi condizionare dai paradigmi ipostatizzanti e razzistici – e infermi quanto a efficacia – che ne limitano l'operatività. Un libro per operare, dunque, un libro che aspira alla transitività e che l'insegna con efficacia. Un libro sulla diversità – dei migranti e non solo – come metodo di una educazione liberale della mente e della managerialità in un mondo di società mondializzate. Un mondo che incarna la nuova realizzazione polifonica e dispiegata dello spirito dei tempi, rinnovando il pensiero economico e l'operatività degli intermediari finanziari.

Un vivo ringraziamento agli autori.