

Quattro paradigmi per orientarsi nel futuro

Secondo Francesco Morace i valori vincenti sono: economia civile e sostenibilità, condivisione e fiducia, velocità e profondità, unicità locale e universalità

■ di Gennaro Fucile

Non smentisce la sua fama di attento ricercatore di tendenze Francesco Morace, riversando due decenni di attività nel suo recente libro *I paradigmi del futuro* (Nomos Edizioni, pp. 232, e 19,00). Testo nel quale vengono individuate le direzioni percorribili in tempi a dir poco incerti. Credere nel domani è l'invito rivolto al lettore e nella conversazione che segue, ci spiega perché.

Paradigmi del futuro, Lei ne individua quattro, però l'idea stessa di futuro oggi è in discussione. Prendiamo, ad esempio, il recente *Retromania* di Simon Reynolds. Al di là del focus sulla musica, si punta il dito in generale su un passato che impregna un eterno presente. Dunque, di quale futuro possiamo parlare?

Di un futuro che si orienta nuovamente verso il principio-speranza di cui scriveva

Ernst Bloch: un futuro che per essere costruito dovrà compiere un salto paradigmatico nell'elaborazione di nuovi valori e comportamenti. Più in particolare, in una ricerca realizzata per Accenture, "Accento sull'Italia", i paradigmi che abbiamo individuato sono quattro: la sostenibilità e l'economia civile (Crucial & Sustainable), la fiducia e la condivisione (Trust & Sharing), la qualità tempestiva che riesce a combinare velocità e profondità (Quick & Deep) e l'unicità locale che può, se lo vuole, diventare universale (Unique & Universal). Queste direzioni sono poi state approfondite nelle conclusioni di *I paradigmi del futuro*. In molte tendenze sviluppate nel libro -che esplora diversi settori, dalla casa all'abbigliamento, dalla bellezza all'alimentazione-, emerge tra gli altri il fenomeno della memoria vitale. In momenti di cambiamento così radicale è normale che una parte della società tenti disperatamente di guardare al passato, per trovare conforto in un mondo già conosciuto o anche per cercare fonti di ispirazione e di stimolo senza traumi. Al di là della nostalgia è importante, quindi, che la memoria venga utilizzata come strumento di rigenerazione vitale. Ecco spiegato il fenomeno *Retromania* che peraltro non è nuovo né originale e ricompare ciclicamente nei momenti di crisi. In fondo, anche il successo parallelo di due film come *Hugo Cabret* e *The Artist* che si sono contesi fino all'ultimo le statuette dell'Oscar ispirandosi agli anni Venti e Trenta segnalano questa attitudine. Ciò che comunque è chiaro ormai



Chi è

Francesco Morace
sociologo, fondatore
e presidente
di Future
Concept Lab

agli occhi di tutti è che non stiamo più vivendo un'epoca di cambiamenti, ma che assistiamo piuttosto a un vero e proprio cambiamento d'epoca.

Citando il tandem Crucial & Sustainable, Lei pone l'accento sul tema della responsabilità: quella individuale, come quella collettiva, in tempi che molti sociologi definiscono come segnati dalla deresponsabilizzazione e dall'infantilizzazione. Sono risolvibili in una sintesi?

Anche in questo caso è difficile distinguere i due fenomeni per chi non se ne occupi quotidianamente. È proprio il fenomeno apparentemente inarrestabile dell'infantilizzazione e della conseguente deresponsabilizzazione del mondo adulto, in termini genitoriali, professionali e perfino istituzionali, che ha innescato il fenomeno uguale e contrario che troverà nei prossimi anni una realizzazione inaspettata per molti, ma non per noi, che siamo stati tra i pochissimi a prevederlo. Il cambiamento repentino di stile, di immaginario, di linguaggio e di visione del Governo Monti ha trovato in Italia una società pronta a riconoscere la necessità paradigmatica di questo cambiamento, spesso anche contro i propri interessi. Con il ministro Fornero che viene ormai definita "la maestrina". Eppure è proprio di maestri che oggi l'Italia ha bisogno. Definire e difendere ciò che è cruciale, ciò che vale per tutti al di là degli interessi di una parte, come ad esempio la qualità dell'ambiente in cui vive ciascuno di noi, non è più questione per poche avanguardie militanti, ma un tema vitale per la maggioranza delle persone al di là del loro credo e della loro ideologia. La sostenibilità non riguarda più la difesa delle balene -sacrosanta, per carità- ma la ricerca di un equilibrio tra economia e psicologia, tra ricchezza e felicità.

Lei scrive di "tempestività", della capacità cioè di essere "nel posto giusto al momento giusto", e la pone in rapporto con la ricerca della felicità. Vengono in mente le parole di Anthony Giddens a proposito dei "momenti fatali", quegli snodi della vita di ognuno di noi che, a

posteriori, percepiamo come di svolta. È compatibile questo concetto con la Sua idea di tempestività?

È certamente compatibile: è molto importante capire che il mondo non si muove tanto nella direzione del tempo cronologico segnato dal kronos, di un tempo lineare che può essere programmato a tavolino e gestito con il metronomo, ma che piuttosto il potere verrà preso dal kairos, cioè dal tempo dell'opportunità, dalla capacità di tener testa alla tempesta che orienterà il destino del mondo. Quindi emergeranno nuovamente le capacità di manager, imprenditori, politici, che saranno in grado -come i capitani di una nave- di annusare

UN LAVORO SUI PARADIGMI VA IN PROFONDITÀ, RICHIEDE TEMPO E UN PENSIERO LUNGO

Da I paradigmi del futuro

il vento, di prendere decisioni tempestive, di muoversi nel mare tempestoso con la determinazione di chi sa agire nel modo giusto al momento giusto. Per realizzare questa strategia -molto diversa dalla pura e semplice accelerazione perché può prevedere un tempo di preparazione anche molto lungo- è necessario attrezzarsi con strumenti nuovi, più adatti all'esplorazione, alla scoperta, alla sperimentazione.

La "frontiera fra individuale e sociale" si gioca con nuove modalità grazie anche alla permanenza sempre maggiore dei consumatori sul Web. Come influiscono le nuove abitudini comunicative sugli spostamenti di questa frontiera?

Il social network -da Facebook a Twitter fino al più recente Pinterest- stanno letteralmente plasmando la nuova psicologia collettiva e l'immaginario sociale. In particolare, si afferma per la prima volta la convergenza assoluta tra il massimo della soggettività (ad esempio con il racconto in Facebook delle proprie esperienze più

intime) e il massimo della socialità e della condivisione, sapendo che le proprie storie possono essere seguite da migliaia di persone. Ciò significa rinegoziare la propria identità individuale e il senso del sé, ripartendo dallo sguardo di tanti altri... Più cresce il numero di "amici", più emerge la necessità della fiducia: è questa interessante combinazione che dà luogo al paradigma del Trust & Sharing in cui la condivisione diventa possibile solo grazie al rafforzamento dei legami e al rispetto della lealtà personale. Anche in questo caso la liquidità sociale di cui parla Bauman produce una contropinta nel ritorno alle relazioni di affinità, al neo-romanticismo dei giovani, al consolidamento delle partnership.

Anche il tandem, Unique & Universal, sembra rimandare alla tensione fra individuale e sociale. Ne è un'implicazione?

Direi che riguarda più la dinamica in atto tra locale e globale ribaltando la classica convinzione: think globally, act locally. In realtà, il pensiero nasce sempre dal locale, da un'esperienza di vita unica e singolare: se ha gambe per correre, allora può diventare universale e attirare l'interesse e l'entusiasmo di tanti altri. Con il paradigma Unique & Universal si vuole incoraggiare tutte le esperienze "locali" del mondo ad acquisire un nuovo respiro, a confrontarsi in modo più ampio, a costruire il proprio futuro partendo da un carattere unico e irripetibile, senza confinare -come troppo spesso avviene- le proprie potenzialità rivolgendosi alla cerchia ristretta del proprio territorio. È questo il paradigma su cui la piccola e media impresa italiana può investire le proprie energie, partendo dalla propria inimitabile unicità, da un saper fare incomparabile, da una passione che, pur rispettando la tradizione, guarda al futuro innovando e sperimentando. Purtroppo il genius loci spesso in Italia si trasforma in provincialismo, in visione ristretta senza ambizione e coraggio, un bruco che mai diventa farfalla, una unicità che mai diventa universale. Mentre l'unicità che ci interessa è quella tanto caratterizzata da potersi trasformare in esperienza universale. •