

Il mondo greco non finisce di essere una riserva di sollecitazioni e di idee, un sostrato che resta fertile e fresco anche a distanza di migliaia di anni. L'importante è non considerarlo immutabile



Bronzi di Riace e numerose testimonianze figurative della Magna Grecia; dall'altro l'immaginario di uno stilista che ha saputo trasformare quei riferimenti in un linguaggio estetico riconosciuto in tutto il mondo. Si tratta di mostrare come la classicità non sia un patrimonio immobile, bensì una riserva inesauribile di significati che continua a ispirare l'arte e la creatività contemporanea». Certamente sono molti i rimandi diretti al mondo antico, dal motivo a meandro (la "greca") all'immagine della Medusa, scelta come simbolo della maison. Eppure, la ricerca puntuale, filologica della citazione (che in ogni caso è sempre derivativa e mediata, non risale mai al prototipo, in linea con il suo giocare con il kitsch) non sembra essere la via migliore per cogliere queste radici. L'antico che emerge con una coscienza culturale forte in Versace è, forse, ancora di più una questione antropologica, un sostrato popolarmente perché miticamente magnogreco che erutta in superficie come esplosione sfrontata di colore e come accumulo. Non bisogna guardare ai Bronzi di Riace (ritrovati in mare l'estate dell'anno stesso in cui lui partì), ma alla decorazione, satura e mostruosa, di antefisse, fregi e acroteri, ma anche alla massa di maschere e di ex voto, a quel trionfo assurdamente cromatico e perduto, destinato a riversarsi nella devota festa barocca di fuochi e luminarie. «Quando le persone guarderanno Versace dovranno sentirsi atterrite, pietrificate, proprio come quando si guarda negli occhi la Medusa», diceva. Ed ecco i suoi abiti-gorgoni, tanto aggressivi quanto apotropaici, collage postmoderni di cliché e di icone, tali o metaforiche. Un mondo dionisiaco, anticlassico (se per classico intendiamo l'abbaglio winckelmanniano di nobile semplicità e quieta grandezza), e insieme sublimazione di quell'imagerie un po' deco un po' fine impero che, non a caso, è l'idea popolare dell'abbondanza e del lusso.

L'allestimento della mostra "Gianni Versace. Terra Mater" / Giuseppe Ascianto / MARC

Reggio Calabria, Museo Archeologico Nazionale **Gianni Versace Terra Mater** - Magna Graecia Roots Tribute Fino al 19 aprile

Il saggio / Arianna Fermani propone a chi si occupa di economia il pensiero dello Stagirita su etica e denaro. Niente di strano o antistorico: fu il primo a riflettere sistematicamente sul tema

A scuola da Aristotele Il manager impara che il successo è saggezza + fatica

MAURIZIO SCHOEPLIN

Se per caso vi capitasse di incontrare un amministratore o un dirigente d'azienda che vi chiedesse un consiglio in merito a una lettura utile per consolidare il suo ruolo di guida e migliorare le proprie *performances*, non esitate a indicargli le opere di Aristotele, in particolare i libri di etica, l'*Etica Eudemia*, l'*Etica Nicomachea* e la *Grande Etica*. Questa indicazione potrebbe apparire quanto meno provocatoria, se non decisamente bizzarra, ma non lo è. Ce lo conferma il recente libro di Arianna Fermani, docente di Storia della filosofia antica all'Università di Macerata, eloquentemente intitolato *Aristotele manager* (Scholé). Anche l'autrice si rende conto che proporre la filosofia aristotelica quale arricchimento intellettuale per uomini e donne impegnati ai massimi livelli nel mondo dell'economia, della produzione, del mercato, degli affari, potrebbe apparire «un'operazione sterile, una mossa tanto antistorica e anacronistica quanto scorretta o, quantomeno, inutile». Tuttavia, subito dopo aver preso in esame le suddette contestazioni, alle quali andrebbe assai probabilmente incontro una simile proposta, chiarisce senza equivoci le sue convinzioni e afferma: «Eppure, anche nell'ambito specifico del *management*, niente sembra essere più appropriato che tornare a leggere i testi del filosofo greco che per primo non solo ha riflettuto in modo "sistematico" sulla nozione di *oikonomia* – nonché, più nello specifico, sul rapporto tra quest'ultima e la *chrematistiké téchne* (ovvero l'"arte di far soldi") –

ma che ha agganciato fortemente la dimensione etica e quella economica, facendo dell'economia proprio una delle articolazioni fondamentali della nozione di saggezza, ovvero di quel "pensiero" appassionato che i greci chiamavano *phrónesis*». Nei cinque capitoli che compongono il libro, Fermani individua e mette in luce alcuni insegnamenti aristotelici che conservano appieno una straordinaria attualità proprio nel campo del *management*. Innanzitutto, lo Stagirita raccomanda che il raggiungimento del successo economico provenga dallo sforzo personale perché, come si legge nell'*Etica Nicomachea*, «tutti amano le cose che si sono guadagnate con fatica, come, per esempio, coloro che hanno conquistato la ricchezza la amano di più di coloro che la hanno ereditata». Il buon *manager* non si affida alla fortuna e non diventa tale casualmente, ma sa che soltanto l'impegno costante gli permetterà di raggiungere i risultati che vuole conseguire. Ma a che cosa servirebbe mettercela tutta, spendersi in prima persona se il *manager* non avesse ben chiaro il senso del suo lavoro? A ben poco, perché, come scrive Fermani, «quando si cammina senza sapere dove si va, e quando qualcuno che guida non è in grado di mostrare la direzione, si perdono slancio, interesse, motivazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Arianna Fermani
Aristotele manager
Scholé
Pagine 128
Euro 15,00