

In conclusione, l'ambizione che ha mosso la nostra fatica, quella – come si è detto – di realizzare un libro di cultura dell'impresa e per l'impresa, ha condotto all'identificazione di un *fil rouge* sommariamente esposto nei punti precedenti. Si tratta di alcune idee generali, nella convinzione che senza l'idea generale non si comprende il particolare, anzi questo diventa un alibi tanto comodo quanto mistificante.

Tutto ciò ci interpella come universitari: su queste frontiere l'università può e deve fare molto per offrire una visione del mondo che non sia strettamente tecnica e professionale, ma che permetta di capire le tecniche e le professionalità collegandole ad una più

generale capacità di giudizio e di senso della prospettiva.

Dibattere su questo può essere molto interessante e ci sembra rientri appieno nello spirito della rivista «Persone & Imprese»: ci auguriamo che altri contributi, anche critici, possano seguire.

---

 NOTE
 

---

\* L'articolo fa riferimento al volume: L. CASELLI (a cura di), *Le parole dell'impresa. Guida alla lettura del cambiamento*, F. Angeli, Documenti ISVET, Milano, 1995.

L'università può e deve fare molto per offrire una visione del mondo che non sia solo tecnica e professionale.