

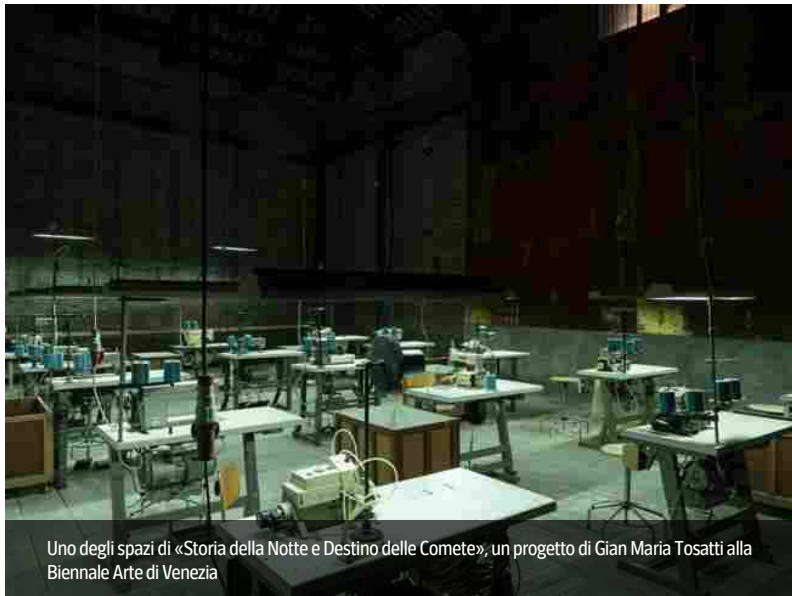
## CULTURA

 Attiva le notifiche 

# L'umanesimo industriale: viaggio di Antonio Calabrò nella manifattura intelligente

di DARIO DI VICO

Con «L'avvenire della memoria» (Egea), in uscita il 2 maggio, il presidente di [Museimpresa](#) illustra la sfida del capitalismo inclusivo e l'avventura dell'intraprendenza



Uno degli spazi di «Storia della Notte e Destino delle Comete», un progetto di Gian Maria Tosatti alla Biennale Arte di Venezia

Antonio Calabrò in questi anni ha svolto con la sua attività di saggista un lavoro utilissimo: ci ha raccontato i mutamenti della [cultura d'impresa](#), li ha mappati con il puntiglio del cronista, ha reso loro i dovuti omaggi e, soprattutto, li ha inseriti in una cornice cognitiva. In sintesi **ci ha raccontato i tratti di un umanesimo industriale** che forse con i soli occhi non avremmo riconosciuto o anche solo non avremmo valutato con il dovuto rilievo. Calabrò torna in questi giorni in libreria con *L'avvenire della memoria* (Egea), un saggio dal titolo ossimorico che si collega strettamente ad altri suoi recenti lavori come *La morale del tornio* e *L'impresa riformista*.



La copertina de «L'avvenire della memoria» (Egea, pp. 129, euro 16) di Antonio Calabrò in uscita il 2 maggio

La protagonista è sempre l'industria italiana e l'autore ce la racconta in perenne movimento, forse meglio dire in viaggio, specie se **inteso come «avventura dell'intraprendenza»**. E sono proprio questo cammino e questa metamorfosi a darci il senso più compiuto della trasformazione degli anni che hanno visto la piena affermazione delle multinazionali tascabili, la staffetta tra salotto buono e quarto capitalismo, il boom dell'export, l'avvento del 4.0.

Tutti slittamenti legati assieme grazie a una profonda

CORRIERE TV



## David Leavitt: Trump, la pandemia, la guerra. I nostri anni più duri

di Cristina Taglietti

Lo scrittore americano in Italia per la nuova edizione del primo romanzo «La lingua perduta delle gru» (Sem)

crescita culturale e a una produzione di contenuti/simboli che conta pochi rivali nel mondo. Ne emerge un'esperienza collettiva di manifattura intelligente la cui trasmissione non può essere affidata solo allo strumento dello *storytelling* aziendale («espressione presuntuosa che fa pensare all'insincera propaganda») proprio perché ha i caratteri (larghi) di **quello che Calabrò definisce capitalismo inclusivo**. E in questo caso l'aggettivo, di per sé carico di senso, non copre solo il tradizionale perimetro socio-economico, ma lo si può tranquillamente estendere ai territori della scienza e della creatività, a ciò che mostrano le «fabbriche belle».

L'avvenire della memoria è un titolo che risente ovviamente del nuovo incarico assunto da Calabrò come presidente di **Museimpresa** e si pone un obiettivo dichiarato: **evitare il rischio della retrotopia, la crescente attitudine a collocare nel passato l'immaginazione di una società migliore**.

Un'eterna età dell'oro per dirla con Edoardo Nesi. E invece, azzarda l'autore, chi apre musei lo fa proprio per combattere la nostalgia, per costruire innovazione. Ha intenzione di librarsi in alto e guarda alle radici per avere piena coscienza di sé. E potremmo aggiungere lo fa anche, almeno implicitamente, per contrastare la tesi che la nostra società sarebbe preferibile se si liberasse dell'industria, dei suoi condizionamenti, della sua presunta arroganza.



Antonio Calabrò (Patti, Messina, 1950) è presidente di **Museimpresa** e della Fondazione Assolombarda, senior vice president Affari istituzionali e cultura di Pirelli e direttore della Fondazione Pirelli

Dice Calabrò che la letteratura non ama l'impresa, che la **figura stessa dell'imprenditore viene frequentemente usata con una forte carica di ambiguità**. «Gli scrittori mettono tutto ciò che riguarda l'imprenditore nel mondo dei soldi. E il fare affari ha connotazioni spesso oscure, inquietanti, negative, sa di trame e di interessi non limpidi».

Si può aggiungere che tutto ciò che l'autore **imputa alla letteratura, capace troppo spesso di diffidare dell'impresa**, può essere esteso a un pezzo significativo dell'intera intelligenza italiana e dello stesso giornalismo. Basta dedicarsi a uno svogliato zapping dei nostri talk show o dei tanti *Report* per ricavarne un'abbondante rassegna di luoghi comuni e interpretazioni ideologiche. Per contrastare questo *mood* negativo Antonio Calabrò ci fornisce le sue mappe, ci porta negli archivi e musei d'impresa che investono sulla memoria, ci fa sfogliare le riviste aziendali di ieri e di oggi, ci introduce al Piccolo Teatro di Milano, ci porta ad ascoltare il canto della fabbrica dove il suono di un'orchestra si sposa con i ritmi della produzione tecnologica.

Ma, ed è questa la prima domanda del lettore, quanto questo umanesimo industriale riuscirà a contrastare le grandi discontinuità degli anni Venti rappresentate prima dalla pandemia e oggi dall'inquietante ritorno della guerra? La risposta di Calabrò è rassicurante. Le crisi sono taglienti, drammatiche, dolorose ma **il capitalismo affonda robuste radici nella storia e quindi appare in grado di sapersi adattare**, se non addirittura di reinventarsi a costo «di sciogliere nodi che non avevamo saputo o voluto

sciogliere».

Il secondo quesito investe invece il rapporto con le giovani generazioni: quanto della straordinario patrimonio della memoria che Calabrò ci descrive riusciamo a trasmettere a quelli che sono gli azionisti di maggioranza «dell'avvenire»? Troppo poco, viene da dire. Organizziamo mille visite ai musei d'impresa, viene da suggerire. **Abbattiamo però quel muro che continua a separare la scuola dall'impresa**, viene da implorare.

29 aprile 2022 (modifica il 29 aprile 2022 | 20:46)  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

 [Leggi e commenta](#)

## **CORRIERE DELLA SERA**

Abbonati a Corriere della Sera | Gazzetta | El Mundo | Marca | RCS Mediagroup | Fondazione Corriere | Fondazione Cutuli | Quimamme | OFFERTE CORRIERE STORE | Buonpertutti |

Codici Sconto | Corso di Inglese - Francese

Copyright 2021 © RCS Mediagroup S.p.a. Tutti i diritti sono riservati | Per la pubblicità: CAIRORCS MEDIA SpA - Direzione Pubblicità  
RCS MediaGroup S.p.A. - Divisione Quotidiani Sede legale: via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano | Capitale sociale: Euro 270.000.000,00  
Codice Fiscale, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano n.12086540155 | R.E.A. di Milano: 1524326 | ISSN 2499-0485

[Chi Siamo](#) | [The Trust Project](#)

[Servizi](#) | [Scrivi](#) | [Cookie policy e privacy](#)



[Hamburg Declaration](#)