

## IL LIBRO

## Analisi dell'umanesimo industriale

Antonio Calabrò  
è l'autore de  
"L'avvenire della  
memoria - Raccontare  
l'impresa  
per stimolare  
l'innovazione"

GIAMBATTISTA PEPI

Viviamo tempi difficili che, almeno una volta, ci hanno portato a domandarci: dove stiamo andando? Sarà possibile invertire la rotta? Il tempo, come la sabbia della clessidra, scorre e induce cambiamenti, ma noi siamo disposti a adeguarci ai cambiamenti imposti dai nuovi paradigmi, oppure non lo siamo (o non lo siamo ancora) e troviamo comodo rifugiarsi sull'Aventino del buon tempo antico?

Antonio Calabrò nel suo ultimo libro "L'avvenire della memoria. Raccontare l'impresa per stimolare l'innovazione" (Egea, 160 pagine, 16,00 euro) ci invita a riflettere sulla nostra concezione di progresso per superare le crisi e costruire migliori equilibri politici, civili, sociali ed economici. L'ossimoro del titolo racchiude la volontà di unire una necessaria consapevolezza storica allo sguardo visionario verso un domani migliore. Partendo da quell'umanesimo industriale al centro della storia del nostro Paese.

Le sfide del climate change, la pandemia e la recessione, gli squilibri geopolitici e i venti di guerra nel cuore dell'Europa: gli eventi spingono con urgenza verso un cambio di paradigma delle relazioni politiche e dello sviluppo economico e sociale. Servono dunque una rilettura critica del catalogo delle idee e la scrittura di nuove mappe della conoscenza, per riconsiderare anche le scelte economiche e culturali sul "progresso".

Il campo di elezione dell'autore è quello che conosce meglio: il mondo dell'impresa: fondamento dell'economia del Novecento e "motore" delle trasformazioni della civiltà dell'uomo con il passaggio dall'economia agricola e silvio - pastorale a quella industriale. Ma anche capace di perdersi e di confondersi smarrendo sé

stessa e le proprie potenzialità dentro un capitalismo che conculca i diritti dei lavoratori, violenta l'ambiente, fa un uso spregiudicato delle risorse naturali. Ma niente paura, si diceva un tempo, il mercato rimetterà tutto a posto. Sembra di risentire la filosofia di un filone del proto - liberismo economico che si riassume nella frase "laissez-faire, laissez passaire" ("lasciate fare, lasciate passare"), espressione per lo più attribuita all'economista Vincent de Gournay. Secondo i sostenitori del laissez-faire, l'azione egoistica del singolo cittadino, nella ricerca del proprio benessere, sarebbe infatti sufficiente a garantire la prosperità economica dell'intera società, secondo la metafora della "mano invisibile" creata da Adam Smith. Insomma sarebbe bastato il mercato a soddisfare le aspettative e le vocazioni non solo dei singoli individui, quanto degli imprenditori. A cominciare proprio da quella di dare lavoro, generare ricchezza, contribuire con i prodotti e i servizi a creare benessere, mettersi cioè al servizio della società e non soltanto delle speculazioni.

E se non serve più rivolgersi al passato rispolverando i tempi antichi, non basta nemmeno proiettarsi verso l'avvenire senza mettere nel bagaglio di chi deve affrontare un viaggio complesso attraverso un territorio sconosciuto, irto di ostacoli, di remore, di limiti, gli strumenti idonei ad affrontare il cambiamento epocale che sta interessando il mondo.

Le imprese hanno in sé risorse essenziali: la forza innovativa d'un dinamico capitale sociale e la profondità d'una cultura plasmata dall'umanesimo industriale che ha contraddistinto la storia economica del Paese.

Se la letteratura sembra spesso estranea o perfino ostile al mondo produttivo, la cultura d'impresa ha trovato originali spazi di espressione: dalle riviste aziendali agli archivi che custodiscono una solida cultura politecnica, dal teatro alla musica, dalla promozione della ricerca di base all'utilizzo dei nuovi strumenti digitali.

Parole, immagini e tecnologie animano un racconto consapevole, che pone una sfida al mondo della comunicazione: rilanciare una rappresentazione attendibile delle trasformazioni in corso, alla ricerca delle radici di quella cura per la bellezza, che si fa valore identitario, portatore di una positiva forza economica di sviluppo.

Giornalista e scrittore, direttore

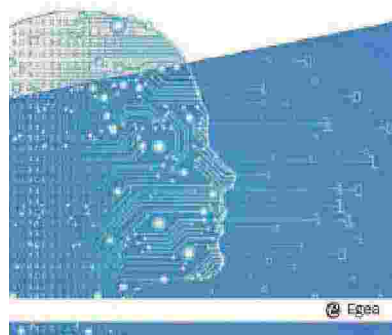
della Fondazione Pirelli e presidente di Museimpresa, negli ultimi anni Calabrò non ha soltanto raccontato i mutamenti della cultura d'impresa, ma li ha inseriti in una cornice cognitiva attraverso la quale sono emersi i tratti di quell'umanesimo industriale che - nonostante venga spesso ignorato, o quantomeno sottovalutato - ha contraddistinto la storia economica del nostro Paese.

Un valore che, se abbinato alla forza innovativa di un dinamico capitale sociale e allo slancio verso il futuro, rende le imprese attori fondamentali nella ridefinizione della realtà che ci circonda, in un percorso culturale ed economico che sia capace di usare non solo le leve delle conoscenze scientifiche e delle più sofisticate applicazioni tecnologiche, ma anche quelle della bellezza. Trasferendo, insomma, il concetto di "bello e ben fatto" tipico della tradizione manifatturiera italiana a un orizzonte più ampio, in cui produttività e inclusione sociale, competitività e sostenibilità possano davvero convivere. ●

ANTONIO CALABRÒ

## L'avvenire della memoria

Raccontare l'impresa per stimolare l'innovazione





➔ Le sfide del  
climate change,  
la pandemia  
e la recessione,  
gli squilibri  
geopolitici  
e i venti di guerra

