

RENATA BORGATO, FERRUCCIO CAPELLI,
ANDREA CERIANI

NUOVO RINASCIMENTO

Idee per la formazione

FONDAMENTI



FrancoAngeli

RENATA BORGATO, FERRUCCIO CAPELLI,
ANDREA CERIANI

NUOVO RINASCIMENTO
Idee per la formazione

FrancoAngeli

Copyright © 2010 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni qui sotto previste. All'Utente è concessa una licenza d'uso dell'opera secondo quanto così specificato:

1. L'Utente è autorizzato a memorizzare l'opera sul proprio pc o altro supporto sempre di propria pertinenza attraverso l'operazione di download. Non è consentito conservare alcuna copia dell'opera (o parti di essa) su network dove potrebbe essere utilizzata da più computer contemporaneamente;
2. L'Utente è autorizzato a fare uso esclusivamente a scopo personale (di studio e di ricerca) e non commerciale di detta copia digitale dell'opera. Non è autorizzato ad effettuare stampe dell'opera (o di parti di essa).
Sono esclusi utilizzi direttamente o indirettamente commerciali dell'opera (o di parti di essa);
3. L'Utente non è autorizzato a trasmettere a terzi (con qualsiasi mezzo incluso fax ed e-mail) la riproduzione digitale o cartacea dell'opera (o parte di essa);
4. è vietata la modificazione, la traduzione, l'adattamento totale o parziale dell'opera e/o il loro utilizzo per l'inclusione in miscellanee, raccolte, o comunque opere derivate.

Indice

Prefazione. Laboratorio rinascimentale e formazione, di <i>Francesco Morace</i>	pag.	7
Premessa	»	13
Di cosa si tratta	»	13
A chi si rivolge questo libro	»	13
Com'è organizzato il libro	»	14
1. Oltre la crisi. Paradigmi per un nuovo Rinascimento, di <i>Ferruccio Capelli</i>	»	15
Una suggestiva provocazione	»	15
Il modo di vita italiano	»	17
Una crisi che viene da lontano	»	19
Liberismo e postmoderno	»	20
Ritorno all'economia reale	»	21
Primo: coerenza tra mezzi e fini	»	23
Tre opzioni prioritarie	»	24
Due visioni dell'azienda	»	26
Su alcune ambiguità. A proposito di empowerment e prosumer	»	28
L'individuo responsabile. Oltre la festa permanente	»	30
Per un nuovo umanesimo	»	33
Innovazione e futuro: un binomio da ricomporre	»	35
Contro l'omologazione. Per nuove idee	»	37
Un progetto educativo e formativo	»	39
Per l'Homo faber	»	41
Un uomo del "nuovo Rinascimento"	»	43
2. Umanesimo della formazione, di <i>Andrea Ceriani</i>	»	46
People first	»	49
Desiderare il desiderio	»	54

Rapporto Io-Tu: nuove relazioni tra azienda e individui	pag.	56
Educare e trasformare: un nuovo rapporto tra avere o essere	»	61
Una formazione che agisce	»	68
Una nuova responsabilità	»	73
Prospettive e rilanci	»	81
Bibliografia	»	85
3. Quale formazione per un nuovo Rinascimento?, di Renata		
<i>Borgato</i>	»	89
Il gioco didattico	»	97
Musica	»	104
I testi letterari	»	110
Autobiografia	»	114
Il teatro	»	119
Il fotoromanzo	»	137
Il cinema	»	141
Bouquet garni	»	146
Cooking	»	149
Outdoor	»	153
Coaching	»	158
Mentoring	»	163
Action Learning	»	166
Counseling biosistemico	»	172
Abbey Programme – formazione esperienziale nei monasteri benedettini	»	178
Postfazione, di Sebastiano Zanolli	»	181

Prefazione

Laboratorio rinascimentale e formazione

di *Francesco Morace*

“Il cuore ha le sue ragioni che la ragione non conosce” scrisse il filosofo Blaise Pascal. È da qui che vogliamo partire per chiarire la relazione sottile che oggi emerge con sempre più chiarezza tra emozione e ragione. Abbiamo ormai compreso che le emozioni influiscono sulle nostre decisioni molto più di quanto non faccia il nostro pensiero razionale. Fosse anche solo per semplici ragioni di tempo. Nella gran parte delle situazioni quotidiane non c'è il tempo di raccogliere tutte le informazioni necessarie a una decisione davvero ponderata. E così ci affidiamo all'intuizione, che è la forma più sofisticata di intelligenza, perché combina istantaneamente ciò che sappiamo con ciò che sentiamo. Emozioni e razionalità si alternano e si completano continuamente: è questa la loro strana e straordinaria alchimia. E questo ciò che ci rende meravigliosamente umani. Molti neuroscienziati hanno studiato persone incapaci di provare emozioni per via di traumi cranici, e in questo modo hanno capito quanto il nostro lato emotivo faciliti le persone nel compiere scelte corrette. Ed è per questo che da anni ormai prevediamo il fallimento di tutti gli studi sull'intelligenza artificiale, la cui realizzazione viene continuamente spostata avanti nel tempo. Studiando la biografia di Leonardo scopriamo che la sua intelligenza, il suo talento, il suo genio, procedono continuamente mescolando intuizione e rigore analitico. Le nuove strategie di formazione dovranno lavorare su questo terreno, che l'ultimo libro di Gerd Gigerenzer definisce quello delle decisioni intuitive: ed è in questa dimensione che l'esperienza del Terzo Rinascimento potrà essere di aiuto.

Le analisi del Future Concept Lab dimostrano infatti da anni lo spazio per una visione Neo-Rinascimentale delle professioni e del mercato: un rilancio dei valori umanisti, una rigenerazione della ricerca scientifica e tecnologica intorno a un nucleo forte di valori creativi che arriva dalla tradizione umana e sociale, una centralità del design all'italiana – inteso come processo intuitivo produttore di qualità –, la definizione di strategie di lun-

go termine per il miglioramento immediato della qualità della vita e del suo gusto quotidiano. La formazione dovrà intrecciare questi stessi temi.

La reazione più intelligente alla crisi in atto prevede infatti di porre l'Italia e la sua tradizione rinascimentale, al centro di una nuova visione strategica che concilia la qualità dei prodotti, del management e della vita quotidiana, secondo una pratica interdisciplinare, innovativa e umanistica, allontanando il fantasma dei valori cinici ed economico-centrici proposti dal capitalismo e dalla finanza anglo-sassone che stanno ormai fallendo in tutto il mondo.

La visione del Terzo Rinascimento (dopo il Secondo Rinascimento che ha dato vita con la Triennale, Giò Ponti e Adriano Olivetti alla nascita dell'italian design) può rilanciare in questo modo il *sensu dell'Italia*, il made in Italy, ma anche i giacimenti culturali del Mediterraneo e dell'Europa, e di paesi e aziende che riconoscono la visione del Terzo Rinascimento (dalla Francia all'Olanda, fino alla Germania, come nel primo Rinascimento).

In questo quadro non basta avere una reazione puramente adattiva, ma bisogna costruire una visione strategica, di lungo periodo, nella quale l'innovazione non sia fondata solo sull'ingegno, ma anche sul respiro globale: è questo l'obiettivo del progetto **Impronta Rinascimentale**, lanciato dall'Associazione **The Renaissance Link**. È necessario rafforzare i tratti originali del modello italiano e da essi lanciare una visione rinnovata, ancorata all'individualità creativa, alla regolazione soggettiva delle relazioni sociali, alla forza economica della famiglia, all'iniziativa imprenditoriale piccola e sommersa, alla coesione comunitaria, all'importanza del territorio e delle sue dimensioni anche istituzionali.

Le persone che fabbricano cose di solito non capiscono quello che fanno. La locuzione latina "homo faber" significa semplicemente l'uomo in quanto artefice, creatore. Essa ricorre nel Rinascimento negli scritti di filosofia e sulle arti. Henri Bergson l'ha applicata alla psicologia. Per imparare dalle cose occorre prestare attenzione alla qualità dei loro materiali e dei loro processi: una stoffa ben tessuta e un pesce ben cotto ci permettono di immaginare categorie di "bontà" più ampie. Le persone possono raccogliere informazioni su di sé attraverso le cose che fabbricano. Per questo è tanto importante la maestria tecnica, l'abilità di fabbricare bene le cose. Il termine "maestria", con il suo rimando ai maestri artigiani, designa un impulso umano fondamentale sempre vivo, il desiderio di svolgere bene un lavoro per se stesso. Con un intimo nesso tra la mano e la testa, che illustra come le abilità tecniche si fondino sulla pratica fisica, e come la motivazione conti più del talento. Richard Sennet nel suo *L'uomo artigiano* affronta in modo mirabile questi stessi temi.

“L’artigiano è la figura rappresentativa di una specifica condizione umana: la dedizione; mettere un impegno personale nelle cose che si fanno. La parola greca che traduciamo con artigiano è *demiourgos*, un composto che unisce l’idea di pubblico (*demios*: appartenente al popolo) e di produzione (*ergon*: opera, lavoro). Platone ricollegava l’abilità tecnica al verbo *poiein*, ‘fare’. Da *poiein* deriva la parola ‘poesia’, e anche nell’inno i poeti sono nominati tra i vari tipi di artigiani. Questo tipo di attività è sempre caratterizzata dall’aspirazione alla qualità. Il sistema operativo Linux è un manufatto pubblico. Il codice sorgente del Kernel Linux su cui si basa il sistema operativo è accessibile a tutti, tutti lo possono usare e adattare; le persone dedicano gratuitamente il proprio tempo per migliorarlo. Al centro del suo interesse è il conseguimento della qualità, il lavoro ben fatto, che da sempre è il marchio di qualità dell’artigiano. In questo modo si sfugge alle due logiche contrapposte del bene comune e della competitività. Le aziende che ricorrono alla condivisione e alla collaborazione hanno in comune con il mondo di Linux quell’intimo e fluido nesso tra soluzione dei problemi e individuazione dei problemi che è il segno esperienziale della maestria tecnica. Nel nuovo sistema di ricompensa aziendale bisognerebbe essere premiati per il fatto di lavorare bene per amore del proprio lavoro.

L’abilità è una capacità pratica ottenuta con l’esercizio, attraverso cui è necessario scoprire il tipo di pratica più consona, modulandola a partire da sé. In musica, viene chiamata la regola di Isaac Stern: il grande violinista ebbe a dichiarare che più la tecnica migliora, più a lungo ci si può esercitare senza annoiarsi. È la relazione aperta tra soluzione e individuazione dei problemi, come nel lavoro su Linux, che costruisce ed espande le abilità. Il bravo artigiano deve essere paziente, evitare le scorciatoie, le soluzioni di ripiego. Deve porre al centro le relazioni, applicando agli oggetti il pensiero relazionale”.

E qui acquisisce importanza – anche nelle nuove strategie formative – lo spazio e la logica del laboratorio. Il laboratorio è uno spazio produttivo in cui i problemi attinenti all’autorità sono gestiti dai partecipanti nei loro rapporti interpersonali, diretti. Le abilità tecniche diventano fonte di legittimazione dell’autorità, come nei monasteri medioevali per santi artigiani e monaci che – oltre a pregare – coltivavano l’orto, praticavano la falegnameria e preparavano medicinali vegetali.

Il *Livre des métiers* del 1268 elenca oltre un centinaio di arti e mestieri così organizzati, suddivisi in sette gruppi: alimentari, gioielleria, metalli, tessitura e commercio di stoffe, pellicceria e edilizia. È interessante raccontare l’emergere dell’artista rinascimentale dalla comunità degli artigiani medievali, che rappresenta il nuovo più ampio privilegio accordato alla soggettività creativa: l’artigiano è rivolto all’esterno verso la sua comunità, l’artista è rivolto all’interno, verso di sé. Nella cultura materiale del Rina-

scimento diventò sempre più importante per la vendita dei prodotti più svariati, indicare il nome del fabbricante. L'originalità diventa un indicatore temporale che denota l'improvvisa comparsa della meraviglia nel Rinascimento associata all'arte e al genio di un individuo: Benvenuto Cellini ne incarna i significati, uscendo dalle corporazioni artigiane e proponendosi come artista che riconosce Michelangelo come unico maestro, attraverso la famosa saliera d'oro realizzata per il re di Francia, Francesco I.

È nella motivazione e nell'aspirazione alla qualità che si sviluppano le potenzialità del laboratorio, valorizzando il sapere tacito. Nel laboratorio la parola orale prevale sulle istruzioni scritte: appena un procedimento diventa difficile, possiamo immediatamente chiedere a qualcuno e discuterne.

Nel laboratorio emerge poi un'altra virtù imprescindibile, tipica degli artigiani: la collaborazione.

Nelle attività del laboratorio la mente amplia il suo schema di riferimento "incappando" nell'imprevisto, nell'inaspettato: l'immaginazione è qualcosa che ci viene incontro. Nei laboratori le abilità complesse diventano così profondamente radicate da trasformarsi in un sapere tacito immediatamente accessibile al soggetto.

Il laboratorio rinascimentale permette il progresso nell'acquisizione delle abilità, muovendosi in maniera irregolare, facilitando i salti intuitivi. Soltanto quando il soggetto è in grado di concentrarsi riuscirà a essere coinvolto emotivamente o intellettualmente.

Gli artigiani sono orgogliosi soprattutto delle abilità che maturano. Ecco perché la semplice imitazione non procura una soddisfazione durevole: la bravura deve evolvere. Il tempo lento del lavoro artigiano è una fonte di soddisfazione, perché consente alla tecnica di penetrare e di radicarsi, di diventare un'abilità personale. E la lentezza favorisce le attività della riflessione e dell'immaginazione, impossibili sotto la pressione per ottenere risultati veloci. Maturo significa a lungo termine; ci si assicura una padronanza durevole di quella certa abilità.

Dario Fo pubblica libri sui grandi del Rinascimento e racconta l'esperienza artistica a partire ad esempio dalle pratiche manuali e artistiche di Michelangelo, sottolineando l'importanza dell'esperienza biografica, cioè della vita concreta di personaggi geniali che con la loro attività hanno cambiato non solo la storia dell'arte ma anche il destino dell'Europa. Affascinante l'affermazione di Michelangelo "ho vinto l'alta colonna con l'arco", che fa riferimento alla superiorità dell'atto artistico e artigianale (l'arco era uno strumento per lavorare nel marmo come con un trapano ante litteram) rispetto al potere politico ed ecclesiastico, realizzando la libertà del gesto direttamente nel cuore stesso del marmo. Il libro *tegno occhi e orecchie nelle mani* dimostra con la forza tipica del racconto del Fo premio Nobel, l'importanza dell'esperienza creativa integrale, in cui l'idea e la vi-

sione vengono sempre seguiti dal gesto e dalla tecnica. Il laboratorio di riferimento torna ad essere – ancora una volta – la Firenze rinascimentale, che in quel tempo raccoglieva la maggiore quantità di artisti dell'intera Europa. La magia creativa prevale alla lunga sul potere economico, politico, finanziario, innestando la dimensione emotiva, che può risultare decisiva.

In epoca di passioni tristi, siamo infatti terribilmente parsimoniosi con le nostre emozioni. Il rischio è davvero quello di soffrire di artrosi emozionale. E qui il Rinascimento può aiutarci, perché con le sue opere d'arte ci costringe a fermarci, per conoscerle, sedersi a riflettere, non proseguire. Quando questo accade riusciamo a dimenticare noi stessi. Ci immergiamo nell'opera e l'opera ci ipnotizza. In questo modo ci rigeneriamo, cambiamo pelle e attitudine: cambiamo il punto di vista sul mondo. L'emozione rinascimentale si genera nella coincidenza con un passato che ha avuto valore, che è stato condiviso. Quando un'opera d'arte o di ingegno si manifesta chiara e precisa davanti a noi, definisce un momento di grazia, in cui tutto coincide armoniosamente. L'emozione estetica diventa un rito: la prima sensazione che proviamo davanti a un'opera rinascimentale è di non essere soli. È un momento che si fissa nel tempo, che diventa sacro e si ripeterà ogni volta in cui rifaremo quell'esperienza. Se le opere contengono amore e cura, tensione verso il superamento del proprio limite, l'esperienza che ne avremo sarà illuminante, aumentando la nostra percezione della realtà. Come ha scritto Angela Vettese: "L'emozione è soltanto per chi guarda sapendo e in quel sapere non pensa, ma si giace". La speranza è che – ancora una volta – la bellezza ci salverà.

Premessa

Di cosa si tratta

Lo spunto di questo libro è offerto dalla riflessione di alcuni studiosi, manager e imprenditori che, controcorrente, con una buona dose di coraggio, stanno mettendo l'accento sulla possibilità di un "nuovo Rinascimento". Nella storia e nella cultura italiana, anche in quella imprenditoriale, vi sarebbero infatti i presupposti per favorire una reazione all'attuale crisi nel segno dell'innovazione e della creatività.

Alle nostre spalle, è bene non dimenticarlo mai, vi è l'antica e preziosa lezione del Rinascimento, una stagione nella quale produzione e gusto del bello si combinarono mirabilmente facendo del nostro paese la forza trainante del mondo intero. Oggi questa esperienza torna di attualità: in essa si possono rintracciare spunti fondamentali per una nuova cultura di impresa e per nuove idee per lo sviluppo.

La tesi del libro è che per realizzare questo progetto sia indispensabile un coraggioso investimento sulla formazione, anzi su una formazione pensata e progettata proprio in un'ottica neorinascimentale. Per imboccare la strada della innovazione e della creatività è indispensabile inserire dentro le imprese, per il management e per tutti gli operatori, un nuovo approccio umanistico all'insegna del dialogo, della collaborazione, della valorizzazione della capacità di tutti gli *stakeholders*.

A chi si rivolge questo libro

Il libro è diretto soprattutto ai formatori cui offre spunti di riflessione e strumenti operativi immediatamente spendibili per realizzare progetti formativi per un nuovo Rinascimento. In particolare il libro contiene un vero

e proprio catalogo di nuove metodologie formative che possono essere introdotte nelle più diverse realtà produttive.

Esso risulta, però, estremamente utile anche a imprenditori, manager, operatori di aziende private e pubbliche. Essi vi possono leggere un'analisi ragionata e originale della situazione attuale e cogliere stimoli per rilanciare l'innovazione e la creatività nel sistema produttivo e nella realtà sociale.

Com'è organizzato il libro

Questo volume è composto da tre parti.

La prima parte è costituita da un saggio che esamina le ragioni di fondo della crisi e individua i nodi sui quali è urgente intervenire per una nuova stagione di Rinascita economica, sociale e civile.

Nella seconda, si evidenziano le ragioni per le quali è oggi indispensabile recuperare i valori dell'umanesimo e ricostruire un progetto formativo che si ispiri a esso.

Nella terza è contenuto un repertorio ragionato delle metodologie formative più innovative, riconducibili a un approccio "neorinascimentale".

1. Oltre la crisi. Paradigmi per un nuovo Rinascimento

di Ferruccio Capelli

Una suggestiva provocazione

Da qualche tempo affiora negli interstizi della vita pubblica italiana la suggestione di un “nuovo Rinascimento”. Nei primi mesi dell’anno un gruppo di imprenditori e manager milanesi ha costituito un’Associazione, “Renaissance Link”; negli scaffali delle librerie appaiono libri che evocano l’eredità e l’attualità di quella straordinaria stagione della storia italiana¹; nell’ultimo film di Ermanno Olmi, “Terra Madre”, Vandava Shiva proclama l’esigenza improrogabile di un “Rinascimento”; tra i cultori e gli studiosi delle Ict è quasi un must e un refrain annunciare un “nuovo Rinascimento”. Si tratta di argomentazioni diverse, anche assai lontane tra di loro. L’euforia per le nuove tecnologie si mescola al sogno di un ripensamento radicale dello sviluppo; la tensione creativa di imprenditori impegnati sul fronte dell’innovazione si intreccia con la riflessione di studiosi inquieti, “visionari”, che cercano di intuire e di afferrare processi nuovi, ancora allo stato embrionale. Sono fenomeni frammentari e disomogenei. Eppure, a ben vedere, essi appaiono “spie”² di interrogativi, di speranze e di ricerche che ci pare opportuno prendere molto sul serio.

Ben sappiamo che queste evocazioni del Rinascimento possono risuonare oggi alquanto forzate, inattuali, provocare perfino un qualche “spiazzamento”. L’andamento della nostra economia e lo spirito pubblico del nostro paese appaiono distanti anni luce da una stagione di vigorosa crescita economica e civile e di fioritura artistica. Siamo nel mezzo di una grave crisi economica, la più grave dal 1929. In due anni, 2008 e 2009, il

1. Si veda, anche: Rebuffo F., *L’eredità del Rinascimento. Una lezione sull’innovazione dell’impresa*, Guerini e Associati, Milano, 2007, De Biase L., *Economia della felicità*, Feltrinelli, Milano, 2007.

2. Si veda questo utilizzo di “spia” in: Ginsburg C., *Miti, emblemi e spie. Morfologia e storia*, Einaudi, Torino, 2000.

PIL italiano cala all'incirca del 6%. La ripresa si preannuncia lenta e faticosa: si ipotizza una crescita dell'1% nel 2010. A questo ritmo il ritorno del PIL al livello del 2007 sarà lungo e accidentato. Nel frattempo problemi nuovi si accumulano e sovrappongono a problemi antichi: in primis il debito pubblico, di dimensioni già allarmanti, è destinato a subire, a causa del crollo delle entrate fiscali, una inesorabile impennata verso l'alto. Sullo sfondo, a complicare e ingarbugliare lo scenario, una generale caduta di stile e di qualità della nostra vita pubblica. Per affrontare una situazione così difficile servirebbero idee nuove, un dibattito pubblico vigoroso, una diffusa tensione civile: imperversa invece, anche per il ruolo indecente svolto da molta parte del sistema mediatico, una tendenza diffusa alla volgarizzazione e alla plebeizzazione; nei centri del potere dilaga il cattivo gusto e l'opinione pubblica va alla ricerca, quasi si trattasse di un'ultima barriera difensiva, di un gossip morboso, imbarazzante e degradante.

Difficoltà non minori attraversano tanti altri paesi del mondo, soprattutto nella vecchia Europa. La crisi morde dappertutto: dopo un quarto di secolo di crescita ininterrotta, l'economia del mondo si è fermata. Le energiche misure di salvataggio del sistema finanziario adottate dai governi dei principali paesi del mondo hanno evitato un crack drammatico, ma i problemi accumulati appaiono giganteschi. Da anni la finanza internazionale è letteralmente uscita di controllo: la ripulitura e il riordino non sono stati e non potranno rivelarsi indolori. Sullo sfondo, interrogativi ancora più impegnativi: la crisi, si comincia ad argomentare, non ha radici solo nella finanza impazzita. Con ogni probabilità essa è invece una crisi da sottoconsumo: la "svolta asiatica" dell'economia mondiale ha compresso verso il basso i redditi di una parte grande del mondo del lavoro occidentale provocando la crescita delle disuguaglianze e la contrazione della domanda. Le difficoltà sono state a lungo aggirate con la droga del debito pubblico e privato: senza la leva e il traino del debito, le nostre economie rivelano una debolezza strutturale.

Le opinioni pubbliche, soprattutto in Europa, sono inquiete: esse avvertono scricchiolii allarmanti e, in sovrappiù, percepiscono anche di essere dirette da leadership deboli, inadeguate, a corto di idee. Insicurezza e paura sembrano oggi gli umori prevalenti nelle società europee. Proprio per questo in tanti cercano strade nuove. La crisi è uno stimolo potente a imboccare vie inesplorate e a ricercare e mettere in campo idee nuove. Ovviamente, le direzioni verso cui volgere lo sguardo possono essere le più diverse. C'è chi propone chiusure egoistiche e alimenta pulsioni e movimenti aggressivi verso facili capri espiatori: in tanti oggi in Europa sembrano, purtroppo, andare in questa direzione. Ma c'è anche chi recupera il gusto di nuove visioni strategiche, pensa a innovazioni profonde e radicali,

rivendica il diritto di nuove “utopie ragionevoli”³. Anche il passato può rivelarsi una miniera da cui estrarre stimoli e proposte: probabilmente è questa la ragione per cui riaffiora il tema del “Rinascimento”. Nel mezzo di una crisi grave e squassante si riattiva e rimette in movimento, magari per il momento solo in cerchie ristrette, il pensiero critico e si tenta di alzare l’asticella delle aspettative. Si torna allora a correre verso una delle vette più alte della civiltà europea: nel fervore creativo della Rinascita italiana e europea si possono, forse, rintracciare spunti e appigli che potrebbero rivelarsi fecondi anche in questo difficile presente.

Il modo di vita italiano

Non dimentichiamo, per altro, che in Italia la evocazione di un “nuovo Rinascimento” tocca e fa risuonare corde assai profonde. La stagione dell’Umanesimo e della Rinascita riaffiora nella nostra memoria nazionale come una mitica “età dell’oro”, il punto più alto della civiltà italiana. Alla base di quella inarrivabile fioritura artistica vi fu un generale movimento ascendente della società italiana: gli umanisti avevano diffuso una nuova concezione dell’uomo mentre nelle Repubbliche marinare, nelle città – stato e poi nei Principati la produzione e il commercio si erano irrobustiti e innovati fino a raggiungere un indiscusso primato nel Mediterraneo e in tutta l’Europa. Pittura, scultura, architettura e letteratura avevano “naturalmente” accompagnato la crescita di tutto un tessuto civile ed economico.

La mostra sulle varie generazioni della famiglia Della Robbia, organizzata quest’anno ad Arezzo⁴, ci ha riproposto questa dinamica: i Della Robbia, alla fin fine, erano degli artigiani – imprenditori che competevano con la loro bottega nel fiorente mercato delle città toscane. Il loro compito era produrre allestimenti e decorazioni: per affermarsi e vincere l’agguerrita concorrenza dovevano anche offrire un prodotto artisticamente convincente, possibilmente perfetto. Così si realizzò una convergenza e una fusione “naturale” tra attività produttive e artistiche. Qualità e competitività della produzione economica, ricerca del bello, sensibilità artistica e gusto diffuso si mescolarono intimamente e da allora sono diventati un tratto distintivo della cultura italiana⁵. Esso è riemerso nei passaggi decisivi della storia

3. Per “utopia ragionevole” si veda: Veca S., *La priorità del male e l’offerta filosofica*, pp. 52 ss., Feltrinelli, Milano, 2005.

4. *I Della Robbia. Il dialogo tra le arti nel Rinascimento*, Arezzo, 21 febbraio-7 giugno 2009, presso la sede del Museo Statale di Arte medioevale e moderna.

5. Si veda: Morace F., *Il senso dell’Italia*, Scheiwiller, Milano, 2008.

italiana: ancora oggi contraddistingue quello che possiamo lecitamente chiamare il “modo di vita italiano”.

Ripensiamo alla stagione, lontana ormai mezzo secolo, del boom economico: l'Italia in pochi anni, subito dopo l'avvio del Mercato Comune Europeo, raggiunse i vertici dello sviluppo mondiale e si insediò tra le principali potenze industriali e commerciali del mondo. Alla base di quella vicenda, che con il passare degli anni tende ad assumere i contorni del mito, vi fu un'esplosione di vitalità economica: professionalità formate e conservate nei laboratori artigiani e nella piccola manifattura trovarono le energie per competere nel nuovo, libero mercato europeo. Esse però portarono con sé un retaggio particolare, quel quid in più che ne assicurò il successo sui mercati del mondo intero: uno stile inconfondibile, quel particolarissimo buon gusto fatto di creatività, bellezza e armonia che saranno il vero e inarrivabile marchio distintivo della produzione italiana.

Le sale del Moma di New York dedicate al design, come pure il Museo del design da poco aperto a Milano ci offrono una testimonianza preziosa di questo mix: le carrozzerie delle auto e degli scooter, il disegno accurato degli elettrodomestici, le forme eleganti e innovative dei mobili trasudano anche a distanza di anni la particolare attrazione di oggetti a un tempo utili, innovativi e belli. Su questo sfondo possiamo anche meglio interpretare, collocandola nel giusto rilievo, l'esperienza più emblematica e riassuntiva di quella stagione: l'utopia della Olivetti, l'azienda modello pensata e portata al successo da Adriano Olivetti⁶. Una fabbrica concepita come comunità, intimamente collegata al territorio, protesa nella innovazione tecnologica, diretta con una vivissima sensibilità sociale, in grado di immettere sul mercato prodotti di alta tecnologia, ma connotati anche dalla cura e dalla eleganza delle forme: essa oggi appare come il compendio singolare di una stagione che sapeva miscelare vitalità produttiva, tensione innovativa e gusto per il bello.

Qui stanno probabilmente le ragioni per le quali, proprio nel mezzo di una crisi squassante, si torna, proprio qui in Italia, a ragionare su un “nuovo Rinascimento”. Quella stagione, che ha condensato esuberanza economica, culturale e artistica, appare oggi come un'idea limite, un modello lontano nel tempo, insuperabile, ma con sedimentazioni profonde, riemerse a più riprese nella storia italiana. Gli studiosi e gli uomini di azienda che hanno il coraggio di parlare di “nuovo Rinascimento” lanciano una provocazione: si tratta di raccoglierla, di lavorare sul filo della riflessione storica senza cadere nella tentazione della nostalgia, di mettere a fuoco le ragioni

6. Si vedano: Cadeddu D., *Il valore della politica in Adriano Olivetti*, Quaderni della Fondazione Adriano Olivetti, Roma, 2007; Renzi E., *Comunità concreta. Le opere e il pensiero di Adriano Olivetti*, Guida editore, Napoli, 2008.

profonde e le implicazioni di una scelta volta alla ricerca di paradigmi culturali, civili ed economici per un nuovo Umanesimo e un nuovo Rinascimento.

Una crisi che viene da lontano

Nel giugno 2007 due hedge fund gestiti da Bear Sterns, che avevano investito in titoli garantiti da mutui subprime, vennero costretti a mettere in vendita a prezzi stracciati circa quattro miliardi di dollari di obbligazioni⁷: si stava innescando il più grave terremoto finanziario della storia. Da tempo vi erano molte ragioni per essere allarmati. E non erano mancate voci che avevano messo in guardia sulla piega anomala, sregolata, che aveva preso la finanza internazionale⁸. Il mercato finanziario, totalmente deregolato, prendeva sempre più l'aspetto di un "mercato di azzardo", al punto da costringere alcuni studiosi a richiamare il celebre ammonimento di Keynes: "Quando l'accumulazione di capitale di un paese diventa il sottoprodotto delle attività di un casinò è probabile che le cose vadano male".

La finanza, il vero motore propulsore della globalizzazione degli ultimi vent'anni, cui ha impresso il segno della liberalizzazione e della deregolazione, era letteralmente uscita da ogni controllo. In un'autentica orgia di euforia, convinta di avere afferrato la formula magica per produrre denaro dal denaro, per trasformare il debito in ricchezza, si lanciava in sempre nuove e più raffinate e spregiudicate operazioni: alla fine del 2008 i Credit Default Swaps ammontavano a 62.000 miliardi di dollari, più del prodotto interno del mondo calcolato in 54.000 miliardi di dollari; il volume globale dei contratti sui derivati superava i 600.000 miliardi di dollari, 11 volte in più del prodotto del pianeta. Si trattava di un gigantesco castello speculativo poggiato su fondamenta fragili e incerte: è bastato togliere qualche tassello dal fondo della piramide – l'insolvibilità dei famosi mutui subprime – per fare crollare l'intera costruzione. Se il tonfo non ha assunto dimensioni tragiche è dovuto solo al fatto che i governi dei più importanti paesi del mondo, Stati Uniti in testa, ribaltando idee e valori predicati con intransigenza fino a poche ore prima, sono intervenuti a tamponare il disastro con una gigantesca immissione di denaro pubblico.

La finanza ha dato l'impronta, ha guidato l'economia e la società durante tutta la stagione della globalizzazione. Liberalizzazioni, privatizzazioni,

7. Si veda: Marazzi C., *Finanza bruciata*, Casagrande, Bellinzona, 2009.

8. Per limitarsi alla pubblicistica italiana ricordiamo la trilogia di Rossi G.: *Il conflitto epidemico*, 2003; *Il gioco delle regole*, 2006; *Il mercato d'azzardo*, 2008. I tre volumi sono stati tutti pubblicati da Adelphi, Milano.