



Musei d'impresa per ricordarci chi siamo

L'arte di fare e l'arte di raccontare da parte di grandi protagonisti del '900

di **Massimiliano Cannata**

“Essere stati è la condizione per essere” diventa naturale la citazione del grande storico degli Annales Fernand Braudel considerando il successo e la risposta di partecipazione da parte del pubblico che ha suscitato il convegno “L'industria in Mostra” che si è tenuto lo scorso 20 giugno presso il “polo del '900” di Torino.

TRACCE E ICONE DELLA MODERNITÀ

Memoria e futuro si sono per la prima volta dati la mano, in un percorso affascinante che ha squadrato momenti essenziali dello sviluppo sociale ed economico della nostra Penisola. «La ricchezza degli archivi e dei musei di impresa – spiega **Sergio Toffetti**, direttore dell'Archivio Nazionale del Cinema d'Impresa (che non certo a caso sorge a Ivrea in un edificio che era nato come scuola materna di Olivetti) – è qualche cosa di veramente straordinario, e in larga parte ancora poco conosciuta. Quello che vediamo di solito è come la punta di un iceberg. Ci si dimentica, infatti, che in questi luoghi non si trovano solamente incartamenti burocratici e neanche solo macchine come è facile immaginare per le fabbriche manifatturiere. C'è stato, infatti, un tempo in cui le imprese hanno fatto da committenti a grandi artisti, fotografi, designer, che hanno dato vita a collezioni di pregio che dobbiamo impegnarci a rendere fruibili, perché si abbia consapevolezza di una storia che è patrimonio di tutti».

L'INDUSTRIA RACCONTATA DAL CINEMA...

Ed è proprio questo passaggio concettuale il vero nodo cruciale di una grande operazione di valoriz-

zazione della memoria, che sta a monte dell'evento torinese. Sviscerare la grande capacità narrativa che la nostra storia industriale possiede, troppo spesso rimasta sotto traccia, può infatti diventare un asset strategico per una nazione che vuole tornare a essere competitiva, senza snaturarsi.

L'aspetto di certo più affascinante emerso dal dibattito è rappresentato dalla forza del rapporto che negli anni ha legato industria, cultura e cinema. Bernardo Bertolucci giovane aveva iniziato la sua carriera producendo film aziendali per l'Eni, Ermanno Olmi, che con l'aiuto della Edison si cimentò a nelle riprese di vita aziendale in un corto dal titolo *Gita sociale in Val Formazza*, sono stati numerosi i registi e gli sceneggiatori, anche quelli apparentemente distanti dai linguaggi delle organizzazioni produttive, a respirare la vita dell'impresa. «Basti ricordare – continua Toffetti – che lo stesso Antonioni nel 1949 diresse il cortometraggio *Sette canne un vestito* per la Snia Viscosa, fabbrica che era sorta in Friuli in un'area che era stata negli anni Trenta bonificata dalle paludi».

... E DALL'ARTE CUSTODITA NEGLI ARCHIVI

Oltre alla storia delle tecnologie e dei processi che conducono alla creazione di un prodotto/servizio innovativo, nei musei di impresa vi sono custodite delle vere e proprie icone della modernità, che hanno a che fare con l'evoluzione del costume, della fotografia e delle arti figurative. Dai bozzetti di Sironi che si possono ammirare all'interno del centro ricerche Fiat, alla lettura pittorica che De

Chirico ha dato dei settori industriali, che si possono ammirare grazie alla conservazione che ne ha fatto Italsider, sensibilità e linguaggi estetici da sempre si sono ibridati per dare un'interpretazione critica delle fenomenologie del cambiamento. Il caso della Martini & Rossi che ha custodito negli archivi le magnifiche sponsorizzazioni delle gare automobilistiche, l'originalità della Borsalino, che presenta nella sua vetrina dei ricordi i cappelli che abbiamo visto in film famosi, sfoggiati da Alain Delon, Robert Redford, Federico Fellini, la stessa ineffabile eleganza di altri tempi delle "signorine del telefono", che sono state protagoniste di un'affascinante mostra di immagini e ritratti d'epoca curata dall'archivio storico di Tim, offrono tracce indelebili che raccontano molto sulla nostra identità. Tracce su cui è importante riflettere.

LA CONCRETA UTOPIA DI OLIVETTI

A sfogliare questo infinito album fatto di oggetti, cose, storie, ma anche di grandi figure appare ancora più concreta l'utopia di Adriano Olivetti, che diceva: «Voglio una fabbrica piena di luce e bellezza, perché la bellezza rende migliori. E una fabbrica che produca cultura, perché la cultura ci rende liberi».



Museo Penne Aurora

Andare oltre la dittatura del presente, questa dunque la parola d'ordine, non certo per trasformarsi in topi da biblioteca, né per cristallizzare un passato che non torna, piuttosto per tentare di riannodare il filo di un percorso che se smascherato dalle troppe letture ideologiche che per troppo tempo hanno lacerato il nostro territorio da Nord a Sud, potrebbe essere una chiave importante per ridare slancio alla crescita e per mettere alle spalle gli anni difficili di una crisi interminabile. Esercitare un equilibrato sguardo retrospettivo può in particolare aiutarci a comprendere che non c'è stata solo la storia delle contrapposizioni di classe, ma anche una storia che ha riguardato lo sviluppo economico, se pensiamo a quello che è stato il Dopoguerra del grande boom, che ha portato con sé la grande espansione di un paese che stava rinascendo.

L'INSEGNAMENTO DI GIORGIO BOCCA

Siamo sempre più propensi a soffermarci sui frutti negativi della industrializzazione, dall'Italsider, all'Ilva di Taranto, dimenticando l'insegnamento contenuto in una illuminante considerazione di Giorgio Bocca: «Molte delle cose che oggi ci sembrano terribili un tempo ci sembravano magnifiche, se non capiamo questo non possiamo comprendere il senso del tempo che abbiamo attraversato». Inutile sottolineare che la coscienza ecologista sarebbe nata dopo il nostro irripetibile miracolo economico, con tutte le problematiche relative alla sostenibilità, ma quello che va colto, nello sforzo che istituzioni come l'archivio nazionale del cinema insieme ad Associazioni come *Museimpresa*, sostenuta da Assolombarda e Confindustria stanno portando avanti, è la necessità di ridare fiato alla dimensione di un "neo capitalismo



altruista”, attento ai bisogni dell’uomo e alle esigenze del territorio.

Richiamare la concezione di un welfare a misura d’uomo, che figure del calibro di Ferrero per il contesto di Alba e Olivetti a Ivrea, hanno saputo *ante litteram* concepire e sostenere non è certo fuori luogo. La moderna impresa digitalizzata sente molto forte l’esigenza di trovare una sintesi aurea tra la pervasività delle tecnologie e la qualità del fattore umano. Sarà questa la sfida dei prossimi anni, che richiederà ancora una volta cultura, memoria, consapevolezza della storia, oltre a una giusta attenzione per le tradizionali eccellenze che l’Italia ha saputo esprimere nel tempo.

GLI “ATTORI” DEL PROGRESSO VERSO L’INTELLIGENZA COLLETTIVA

«Nella dinamica di un rapporto virtuoso tra ieri e oggi, la presenza all’evento di Torino di importanti attori della modernità come Fiat, Olivetti e Telecom assume una rilevanza particolare» precisa **Daniele Cerrato**, responsabile dell’Archivio Storico di Tim, preziosa realtà che contiene nel settore iconografico circa 70.000 immagini e 2.500 video, una biblioteca di 4.000 volumi sulla storia e tecnica delle telecomunicazioni, oltre a un’emeroteca che a partire dagli anni Trenta raccoglie 800 testate di

altrettante aziende. Dai laboratori di Cselc (Centro Studi e Laboratori Telecomunicazioni) inaugurati cinquant’anni fa, ha preso le mosse l’Internet Society con le prime sperimentazioni di strumenti e apparati trasmissivi per il radio mobile, la fibra ottica, gli standard della telefonia cellulare, fino allo MP3 e ai protocolli avanzati di rete che hanno portato alla diffusione della personal communication. Se ormai tutti disponiamo di uno smartphone e se siamo ormai pronti a dialogare in un universo denso di oggetti intelligenti e robot tutto fare che popoleranno la nostra quotidianità, molto lo dobbiamo ai ricercatori dello Cselc.

La parola passa ora alla Rete. Risulterà infatti decisivo mettere insieme questo immenso patrimonio di know how per creare un tessuto di intelligenza collettiva, che potrà dare impulso anche in termini di attrazione turistica, aspetto non certo banale, a quelle aree, da Nord a Sud dell’Italia, che hanno contribuito a scrivere i capitoli più importanti del progresso. Dalla messa in rete degli archivi e dei Musei di Impresa potrà farsi strada una nuova fenomenologia delle “connessioni”, termine critico che sarà per altro oggetto di studio al prossimo Festival della Comunicazione, che si svolgerà come ogni anno a Camogli dal 7 al 10 settembre prossimo. Partecipare può essere senz’altro interessante.



Museo Reale Mutua