

La decisione di dedicare una mostra ad Antonio Ratti, alla sua vita, alla sua impresa, alla sua collezione di arte, è stata ispirata da una storia per molti aspetti folgorante: la storia di un imprenditore che è stato capace non solo di creare una impresa destinata a durare nel tempo, ma anche di includere in essa un'azione e una tensione culturale di qualità internazionale, tale da lasciare un segno indelebile nei prodotti, nel rapporto con i clienti, nella comunità dei lavoratori e nella sua famiglia.

Una storia esemplare, in cui la cultura del fare industriale si è congiunta ad una profonda passione per l'arte, creando le condizioni per un'esperienza capace di rilanciare un modo contemporaneo dell'umanesimo e di dettare le linee per un successo commerciale di rara intensità.

Una storia ricca anche di avversità, dalla partenza come disegnatore per tessuti, nato in una famiglia umile per arrivare ad essere un imprenditore celebre, visibile e visionario capace di cambiare con i suoi lasciti perfino il Metropolitan Museum of Art di New York, ma soggetto anche a profonde crisi, a fasi critiche, e anche oggetto di violenze.

Una storia non unica, ma che, anzi, ricorda i mitologemi classici usati da Samuel Smiles e dal *Self-help* per promuovere un'epopea del fare impresa: storie di uomini capaci di «farsi da soli», armati da visione e missione innovativa, di grande capacità di lavoro, di strenua volontà, e alla fine premiati dal successo. Uomini che hanno svolto e continuano a svolgere un ruolo fondamentale nel capitalismo industriale: il ruolo dell'innovazione, della rottura, dell'apertura e dell'invenzione di modi e mondi nuovi.

È interessante osservare come nella tradizione di studi sull'imprenditorialità da Werner Sombart (*Il Capitalismo Moderno*, 1902) a Joseph Schumpeter (*L'essenza e i principi fondamentali dell'economia teorica*, 1908), la figura dell'imprenditore si è progressivamente staccata dal paradigma dell'utilità di breve termine – una persona capace di rispondere ai bisogni e al senso di utilità del suo tempo – per disegnare il ruolo di un essere umano capace di una vocazione, un «innovatore» tutto catturato dal suo compito, disposto a distruggere per creare: un ruolo «avanguardista».

Singularmente, sempre nei primi del Novecento, un ruolo molto simile è assegnato alla generazione dei giovani artisti cresciuti guardando alla crisi dell'umanesimo tradizionale e alla risposta rivoluzionaria data da Cézanne e Van Gogh; un ruolo che sempre nei primi del Novecento Kandinsky disegnava suggestivamente nelle pagine de *Lo spirituale nell'arte* (1911) diventando un riferimento per tutta la sua generazione.

L'Avanguardia imprenditoriale era disegnata e chiamata a raccolta per salvare il capitalismo, l'avanguardia artistica per compiere la rivoluzione culturale necessaria a salvare il mondo.

Due figure disegnate in modo simile, quindi, ma separate da una grande differenza: l'artista, secondo Kandinsky, lavora avendo in vista una sorta di redenzione complessiva dell'umanità, mosso da una essenziale motivazione etica in direzione dell'umanesimo, in un regime di sostanziale e dichiarata indifferenza per il mercato e in antitesi al materialismo; l'imprenditore, invece, per gli autori del *Self-help* e della scuola storica tedesca, sviluppa potenza, impone la sua visione, mette in serie la produzione, compete, opera nel mercato e accumula all'interno di esso.

Due posizioni insomma funzionalmente simili – quella dell'imprenditore e dell'artista – di rivoluzionari e sperimentatori, separate però da una radicale antitesi ideologica che le colloca ai due lati opposti di una risposta progressista alla crisi delineata dall'avvento di ciò che Jan Patočka ha chiamato l'ipercivilizzazione. («La surcivilization et son conflit interne», in *Liberté et sacrifice* [Grenoble: Millon, 1990])

A partire dagli anni Settanta del Novecento non solo entrambe queste definizioni hanno perso capacità euristica, ma anche l'antitesi che esse disegnavano non sembra più rilevante. Certo le sfide poste alla convivenza e alla cultura dal progredire estremo del capitalismo sono ancora presenti. Ma è sottilmente mutata la condizione discorsiva entro cui si delineano le risposte più attuali. Sintomo di questa trasformazione sono i modi in cui il sistema dell'arte e l'élite del capitalismo globale hanno costruito la loro reciproca osmosi, includendo anche le loro tradizionali opposizioni.

Il sistema dell'arte si è oggi riconfigurato come una rete specializzata nella formazione collettiva del giudizio rispetto alla qualità di opere che hanno assunto una dimensione al tempo stesso smaterializzata e mercificata. Compito di tale sistema è assorbire su scala planetaria vocazioni espressive definendo equilibri provvisori tra le soluzioni formali che vengono realizzate e valori economico finanziari. Un lavoro di mediazione estrema in cui anche la discorsività antitetica al mercato (quando – ormai raramente – accade) è strumentale alla gestione del valore delle opere a medio termine. In questo senso il sistema dell'arte, nato come campo indipendente, è divenuto una componente organica del consumo di lusso e della fabbrica di valori di cui il sistema globale ha bisogno di nutrirsi raccogliendo in questo esercizio di mediazione tutte le traiettorie individuali degli artisti e buona parte del loro senso.

Nello stesso tempo, e quasi simmetricamente, in questi stessi più recenti decenni, il capitalismo industriale ha potuto abbandonare i suoi tratti più gravi e trivialmente materialistici, per assumere una «facie» cognitiva ed estetica. Nel contesto della rivoluzione permanente innescata dall'Information Technology, il mestiere dell'imprenditore si è progressivamente imbevuto di competenze linguistiche, semantiche. Deve creare e vendere prodotti, ma anche e forse soprattutto creare mondi, visioni, ragioni per collaborare e dare energie, seguire regole morali condivise, costruire valore lavorando in modo integrato sulle dimensioni scientifiche, tecnologiche ed estetiche. Gli imprenditori di successo si propongono come testimonials di visioni sociali e morali, assumono responsabilità politiche; il capitalismo globale tende insomma a proporsi come produttore di ricchezza, ma anche di bellezza e di regole meritocratiche (la giustizia delle pari opportunità).

Per questo oggi la parola cultura e la parola impresa sono sempre più frequentemente associate. Non solo perché arte e capitale finanziario hanno trovato il modo di danzare assieme; ma perché le imprese, o almeno le imprese migliori, stanno assumendo il compito «umanistico» di rilanciare valori, competenze, processi di formazione e conoscenza, dignità, senso dell'umano.

In questa transizione alcune figure di imprenditori hanno svolto un ruolo cruciale. In Italia in diversi momenti storici sono state importanti le figure dei Marzotto, dei Crespi, di Adriano Olivetti. Quest'ultimo soprattutto ha disegnato una traiettoria decisiva, lancinante e capace di ispirare generazioni successive.

Antonio Ratti ha tratto linfa da questi esempi, probabilmente da Adriano Olivetti come molti della sua generazione. Le scelte da lui compiute nella costruzione dei suoi stabilimenti, nel dettare le condizioni di lavoro e di relazione industriale hanno certamente risentito di una visione allargata in cui ovviamente l'arte ha avuto un ruolo estremamente importante. Ne sono buona testimonianza le immagini raccolte in questo catalogo e nella mostra: *«Nella storia della Ratti l'arte è stata... promozione di un discorso culturale che si apre alla musica, al teatro, alla pittura...»* scriveva Antonio Ratti.

La decisione di proporre una mostra sulla vita di Antonio Ratti e sui rapporti tra cultura di impresa e umanesimo è dunque stata l'occasione di riflettere

proprio su questa contiguità, su questa affermazione estetica del capitalismo globale, che si riverbera soprattutto nei campi in cui Antonio Ratti ha operato: quello del lusso, dello stile, della moda, del design. E l'indicazione che a mio avviso è importante trarre, e che in parte si riverbera nella struttura dell'esposizione, è che occorre considerare questa apparentemente positiva e naturale convergenza con estrema attenzione critica.

Il rischio, ovviamente ben visibile, è che questa confluenza tra estetica, morale e cultura d'impresa sia il segnale di una progressiva e drammatica inclusione di queste dimensioni, filosoficamente fondate sulla libertà e riferite all'*eudaimonia*, nel gioco sempre più estremo della mobilitazione contemporanea. L'imprenditore visionario rischia in questa prospettiva di diventare l'imbonitore di una bellezza e di una moralità sostanzialmente asservite ad un gioco sempre più radicalmente orientato alla dinamizzazione, alla velocità, al superamento, al godimento sensuale, al riconoscimento della natura strettamente energetica della vita; un gioco cui non è dato di sottrarsi e che quindi non rappresenta una opzione autenticamente sottoposta a scelta. Il gioco, insomma, del libero, gioioso e magnifico asservimento.

L'attenzione critica nei confronti di questo rischio non è fatta di denunce, né di vani tentativi di negazione. Si tratta piuttosto di muovere da un profondo rispetto per tutto quel che queste dinamiche hanno saputo e sanno creare nella contemporaneità. E nello stesso tempo di porre le condizioni per la presenza di un antidoto fondamentale: la libertà di pensiero critico.

Si suggerisce con questo che la cultura di impresa e l'arte, intesa come frontiera della riflessione umanistica, intrattengono un rapporto fondamentale, ma questo, non è di natura estetica, né di natura morale. Non riguarda la dimensione meramente sensibile e impattante delle forme (degli stabilimenti, dei prodotti, degli oggetti), non riguarda l'uso della fantasia e dell'intuizione, non riguarda sistemi di regole da condividere in modo più o meno imposto, decaloghi. È piuttosto, di natura etica, e riguarda il rapporto con la libertà di pensiero critico. Del resto Antonio Ratti lo sottolinea con chiarezza «*Cultura è affidare alla conoscenza critica l'immobilità di quanto ci viene affidato dal passato e dal presente*»

Questa frase mi è sembrata centrale e rimanda ad una dimensione forse più nascosta, ma a mio avviso più feconda, del rapporto tra impresa e cultura: il rapporto tra attenzione e libertà. L'allenamento all'attenzione intesa non come esercizio astratto, ma come pratica di relazione con le cose, con la responsabilità delle cose, con la loro cura.

Cristina Campo una poetessa, lo esplicita in uno scritto semplice ed illuminante: «l'attenzione è attesa, accettazione fervida, impavida del reale; l'immaginazione è impazienza, fuga nell'arbitrario, eterno labirinto... l'attenzione è il solo cammino verso l'inesprimibile, la sola strada al mistero. Infatti è solidamente ancorata nel reale e soltanto per allusioni celate nel reale si manifesta il mistero. ... davanti alla realtà l'immaginazione indietreggia. L'attenzione la penetra invece... Avere accordato a qualcosa un'attenzione estrema è avere accettato... di soffrire per essa, di porsi come uno schermo tra essa e tutto quanto può minacciarla... qui l'attenzione raggiunge forse la sua più pura forma, il suo nome più esatto: è la responsabilità» (C. Campo, *Gli imperdonabili*, Adelphi, Milano, 2012, pp. 166-170).

Dell'attenzione parla, in modo analogo, anche Simone Weil quando ragiona a proposito dell'intima natura di un'azione «riuscita», questa intima natura è data dall'attenzione, ciò che mette in rapporto volontà, azione e libertà. «L'attenzione creatrice consiste nel fare realmente attenzione a ciò che ancora non esiste» (J. Jainaud, S. Weil, *L'attention et l'action*, PUF, Paris, 2002, p. 116).

Il senso di entrambe queste riflessioni è semplice: l'attenzione è un fare; senza attenzione, senza il fare che propriamente innerva la pratica dell'attenzione, non esiste la possibilità della perfezione (ancorché provvisoria), della poesia e della libertà. L'attenzione è una premessa necessaria, attenzione

(al contrario della fantasia) è a favore del reale. Non garantisce l'accadere di alcunché, ma senza di essa si ha la certezza che nulla di poeticamente e artisticamente significativo può prendere corpo.

Questa intuizione, semplice in apparenza, è una delle chiavi che consentono di introdurre l'esperienza di vita e di lavoro di Antonio Ratti nella sua impresa, nella sua collezione, nella sua semplicità e nella sua chiarezza.

Non casualmente Antonio Ratti riceve con orgoglio un riconoscimento al sapere imprenditoriale intitolato HOMO FABER-HOMO POETICUS.

Parole chiare che mostrano la qualità imprenditoriale di Antonio Ratti, rara in un contesto nazionale in cui esistono pratiche virtuose, ma anche molti esempi contrari. Parole che indicano in trasparenza, come è possibile intendere il rapporto tra il fare impresa e il fare cultura in modo da rendere questo rapporto autenticamente capace di generare assieme il nuovo e l'umano.