



CLIONET

PER UN SENSO DEL TEMPO E DEI LUOGHI

numero 10, anno 2026

DI POETI, INGEGNERI, SANTI (E) IMPRENDITORI. STORIA RETORICA DEL TECNO-UMANESIMO INDUSTRIALE E L'UTILE EREDITÀ DEL PATRIMONIO D'IMPRESA

Of poets, engineers, saint (and) entrepreneurs. The rhetorical history of techno-humanism and the useful legacy of industrial heritage

Simone Dotto

Doi: 10.30682/clionet2610d

Abstract

Il saggio si concentra sul modo in cui le istituzioni patrimoniali contribuiscono al racconto pubblico della storia industriale italiana. Partendo dalla tendenza diffusa a riattualizzare l'eredità intellettuale del techno-umanesimo nell'era digitale, analizza il caso dell'archivio Olivetti e le politiche espositive della mostra "Una storia di innovazione" (2019) come un caso paradigmatico di *rhetorical history*.

The essay focuses on how heritage institutions contribute to the public narrative of Italian industrial history. Starting from a widespread tendency to revive the intellectual legacy of techno-humanism in the digital age, this analysis examines the case of the Olivetti archive and the policies of the Una storia di innovazione exhibition (2019) as a paradigmatic example of rhetorical history.

Keywords: Rhetorical history, Olivetti, cultura d'impresa, media digitali, storia del lavoro.
Rhetorical history, Olivetti, industrial culture, digital media, history of labour.

Simone Dotto è ricercatore all'Università degli Studi di Udine, dove insegna Storia dei Media e Media Archaeology. I suoi interessi di ricerca riguardano le tecnologie del suono e le culture dell'ascolto e la produzione di cinema utile nell'Italia del secondo dopoguerra. Ha pubblicato i volumi *Voci d'archivio. Fonografia e culture dell'ascolto nell'Italia tra le due guerre* (Meltemi, 2019) e *Gli specialisti. Storia, politiche e istituzioni del cinema specializzato in Italia* (Marsilio, 2023).

Simone Dotto is a researcher at the University of Udine, where he teaches Media History and Media Archaeology. His research interests include sound technologies and auditory cultures and the production of useful cinema in post-World War II Italy. He authored the books *Voci d'archivio. Fonografia e culture dell'ascolto nell'Italia fra le due guerre* (Meltemi, 2019) and *Gli specialisti. Storia, politiche e istituzioni del cinema specializzato in Italia* (Marsilio, 2023).

In apertura: Anonimo, "Stabilimento Olivetti di Ivrea 1959", originalmente pubblicato in "Epoca", n. 473, 25 ottobre 1959.

Durante l'audizione sulle linee programmatiche del suo dicastero dello scorso 8 ottobre 2024, l'allora neo-insediato ministro della Cultura Alessandro Giuli si è profuso in un lungo discorso, destinato a far parlare più per la forma involuta che per il merito delle argomentazioni proposte¹. Oggetto del discorso è il ruolo che la cultura dovrebbe occupare in un «un mondo entrato nella dimensione compiuta della tecnica e delle sue accelerazioni [...] così radicale nelle sue implicazioni e applicazioni, che persino il sistema dei processi cognitivi delle persone, non solo delle ultime generazioni, ha cominciato a mutare con esso»². Fra «l'entusiasmo passivo» (attribuito implicitamente a una corrente del pensiero progressista) e «l'apocalittismo difensivo» (proprio del pensiero conservatore) indica una terza via in grado di affrontare il progresso tecnologico in atto senza tuttavia perdere di vista «la dignità e la centralità dell'uomo [...] Non l'algoritmo, ma l'umano, la sua coscienza, la sua intelligenza e cultura immagina, plasma e forma il mondo»³. Tale via, prosegue Giuli, non può che basarsi sulla compenetrazione di culture umanistica e scientifica. È qui, a suggello di questa unione, che fa capolino anche il nome di Adriano Olivetti, citato per la sua suggestiva definizione di cultura come «ricerca disinteressata di verità e bellezza»⁴ e portato ad esempio di una particolare concezione del capitalismo e dell'avanzamento tecnologico come agente di sviluppo sociale. «Ivrea, per tornare alla sfida dell'iper-modernità e della quarta rivoluzione scientifica e industriale è il luogo dove è stato concepito il primo computer a transistor commerciale prodotto in Italia»⁵. Eleggendo (la) Olivetti a sintesi del lungo elenco di eccellenze schierate dall'Italia sul fronte delle arti liberali e su quello delle scienze, il discorso ministeriale vede nel confronto diretto con gli sviluppi della tecnica un portato applicativo della cultura, in grado di incidere sull'avanzamento tecnologico e lo sviluppo socioeconomico del paese. Dall'era industriale a quella post-industriale, l'eredità della cultura tecno-umanista segnerebbe la via per fare della conoscenza una risorsa produttiva, una cultura «che lavori» mutuando logiche e strumenti dalla cultura «del lavoro».

Il richiamo a Olivetti ha fatto pensare a un tentativo di appropriazione culturale da parte della destra sociale dalla quale provengono Giuli e il suo esecutivo d'appartenenza⁶. Qui preferiamo adottare una diversa prospettiva: ipotizziamo che il ministro della Cultura, come altri esponenti politici prima e dopo di lui, si sia limitato a servirsi di una narrazione del passato industriale italiano già lungamente elaborata e largamente condivisa. In questo saggio approcceremo la riemersione dell'eredità olivetiana e delle istanze tecno-umaniste nel discorso pubblico con le lenti critiche della *rhetorical history*, l'analisi dei discorsi e dei processi attraverso i quali diversi attori sociali reinterpretano il passato per legittimare gli obiettivi che perseguono nel presente⁷. L'uso delle narrazioni storiche come una risorsa strategica e strumento di persuasione può fare capo anche a un unico soggetto – si tratti dello Stato nazione o di una società multinazionale – ma il suo consolidamento nella memoria collettiva dipende necessariamente dalla cooperazione di una molteplicità di agenzie istituzionali dagli interessi simili o complementari⁸. Nella felice metafora di Kathleen J. Turner, colei che per prima introdusse il concetto di *rhetorical history*, la (ri)costruzione sociale del racconto è un puzzle i cui tasselli sono in numero indefinito e cambiano continuamente forma⁹. Nella nostra fattispecie gli usi retorici che la politica parlamentare fa del passato industriale italiano e della figura di Olivetti come campione di tecno-umanesimo non costituiscono che un tassello, forse nemmeno decisivo, di una narrazione andata consolidandosi anche e soprattutto per altre mani. Secondo Leonello Tronti, è stato anzitutto il «senso di colpa» della classe imprenditoriale per aver avversato e isolato il modello di Olivetti in vita, che ha poi spinto ricordarlo così frequentemente da morto, «con il risultato di farne un santino, un'icona talmente particolare e diversa (ciò che in buona parte era), che si è finito con il metterlo da un'altra parte, confinandolo in una dimensione eterea»¹⁰. Su questa falsariga, metteremo a fuoco il

ruolo giocato dagli enti deputati alla preservazione e alla valorizzazione del patrimonio d'impresa all'interno dei processi di reinterpretazione strategica del passato industriale.

Nella prima parte del saggio si cercherà di delineare le modalità con cui archivi, musei e fondazioni legate a marchi societari di lungo corso¹¹ contribuiscono all'intessitura del racconto dell'industria tecno-umanista e al suo posizionamento nel discorso pubblico. Successivamente, si concentrerà l'attenzione sul caso-Olivetti e sugli allestimenti realizzati dal 2019 in poi sotto il titolo comune *Una storia d'innovazione*. Come tenteremo di dimostrare, le scelte espositive aziendali compiute in quella circostanza indicano un riuso del passato strumentale al presente del marchio corporativo, riflettendo la tensione fra quelle che Nissley e Casey chiamano «politics of remembering» e «politics of forgetting»¹². La selezione e l'esposizione di aspetti specifici della vicenda storica di Olivetti a dispetto di altri quasi del tutto rimossi, sono di per sé indicative di quale rielaborata concezione di tecnoumanesimo si vorrebbe traghettare all'era digitale.

1. Tecno-umanesimo 2.0?

Per quanto isolato nel suo modo di intendere l'industria, Adriano Olivetti non fu certo l'unico sostenitore di quel matrimonio fra culture umanistica e scientifica ricordato nel discorso del ministro. Nell'Italia post-bellica che si affacciava alla crescita economica a sostenerne le ragioni furono parecchi, tanto nel mondo del management quanto in quello artistico-letterario. Un ruolo pionieristico in questo senso va accreditato all'accoppiata del dirigente-poeta Giuseppe Luraghi e del poeta-ingegnere Leonardo Sinisgalli, collaboratori prima alla Pirelli e poi in Finmeccanica. Diversi impieghi in azienda portano entrambi a toccare con mano gli steccati che ancora intercorrevano fra le due culture: «Pensammo che il miglior strumento potesse essere costituito da una rivista che sistematicamente portasse ad apprezzare le migliori realizzazioni sia nel campo della produzione come nel campo delle arti»¹³. Un progetto editoriale che si concretizza dapprima nella *Rivista Pirelli* (1948-72) e poi per l'organo informativo *Finmeccanica Civiltà delle Macchine* (1953-79, diretto da Sinisgalli fino al 1958)¹⁴. Prende forma da queste esperienze il modello dell'house organ di prestigio, cui si sarebbero allineati fra gli altri, *Rivista Italsider* (1960-65), *Il Gatto Selvatico* (1959-69, edito dall'ENI e diretto dal poeta Attilio Bertolucci) *Il Quadrifoglio* dell'Alfa Romeo (1960-73) e, in tempi più maturi, gli sperimentali *Caleidoscopio* (1965-70) del Gruppo Busnelli e *Humus* (1973-75) della Iris Ceramiche, entrambi curati da Sergio Albergoni e Gianni Sassi¹⁵. Per la disinvoltura con cui alternano il dipinto dello stabilimento siderurgico firmato dal noto pittore agli ultimi aggiornamenti sulle tecniche di organizzazione del lavoro, le testate aziendali costituiscono forse la manifestazione più evidente dello sforzo compiuto dalle ditte italiane di cucirsi addosso un'immagine pubblica – come da lezione americana – e di alimentare l'interscambio fra saperi tecno-scientifici e umanistici a fondamento di una cultura d'impresa originale. Le tracce materiali di questa stagione di umanesimo tecnologico a trazione industriale sono oggi appannaggio del lavoro di archivi d'impresa, musei aziendali e fondazioni legate a grandi marchi. Oltre a essere state in buona parte rese consultabili in rete, alcune delle riviste sopracitate hanno ispirato nuove iniziative editoriali come la raccolta degli scritti di Attilio Bertolucci per l'editore di Eni¹⁶, l'antologia dedicata dalla fondazione Pirelli all'umanesimo industriale¹⁷ e persino la ripresa delle pubblicazioni de *La civiltà delle macchine* come magazine digitale per interessamento della fondazione Leonardo, ex Finmeccanica, che ha persino ripreso il titolo del periodico nella sua ragione sociale¹⁸. Tanto fermento pare suggerire che la formazione di un patrimonio industriale nazionale, così fatico-

samente avviata già negli anni Ottanta¹⁹, sia oggi giunta a una tale maturazione da potersi finalmente concedere la propria era dell'accesso – che, oltre ai materiali d'interesse squisitamente storico-economico, ha interessato quelli pubblicistici, grafico-pubblicitari e audiovisivi. Non si tratta però soltanto dell'esperienza acquisita dalle società nella gestione del proprio patrimonio: l'insistenza sul ritorno sul tecno-umanesimo è, a dire dei suoi fautori, dettata soprattutto dalla sua rinnovata attualità. Fanno fede le parole di Alessandro Profumo, allora amministratore delegato del gruppo Leonardo, nell'inaugurare la nuova edizione di *Civiltà delle macchine*: «Le motivazioni [...] sono, oggi, le stesse di 66 anni fa: riflettere sul rapporto tra scienza, tecnologia e uomo, creando un luogo di incontro interdisciplinare e aperto alla contaminazione, favorendo così la nascita di un “umanesimo digitale”»²⁰. L'analogia fra passato industriale e presente post-industriale, identica a quella poi proposta dal ministro Giuli, ricalca uno dei meccanismi di base del racconto retorico della storia. Scrive Lubinski: «as narrators highlight similarities between the patterns of the past and those of the present, they suggest an interpretation or re-interpretation of the present, which provides organisations with legitimacy»²¹. La manifestata continuità con la rivista di Sinisgalli serve qui a illuminare di una luce diversa una società a controllo pubblico che opera nel settore della tecnologia militare e della cybersicurezza ma che, rivendicando i propri illustri trascorsi attraverso la sua ramificazione no-profit, può dirsi impegnata nella fondazione di un nuovo umanesimo²².

2. La storia Olivetti nelle mostre di *Una storia d'innovazione. Fra Made in Italy e rivoluzione digitale*

Per aver fermamente sostenuto un modello di *welfare capitalism* dal volto umano, per l'afflato riformista che guardava oltre le mura della fabbrica e all'intera comunità territoriale, per aver convocato intellettuali, artisti, scrittori, sociologi e psicologi ai vertici dell'azienda, per essere stato promulgatore di servizi e politiche culturali e aziendali Adriano Olivetti e l'impresa che ereditò da suo padre hanno incarnato quell'ideale di spazio dialogico fra le culture che stava alla base del progetto tecno-umanista. Oggi due istituzioni portano avanti il suo nome e la sua memoria: la Fondazione sorta nel 1963 per volontà degli eredi e l'Associazione Archivio Storico fondata nel 1986 per iniziativa dell'allora segretario generale Paolo Mancinelli. Gli ultimi anni le hanno viste affrontare almeno due eventi significativi, sia sul piano del prestigio culturale che su quello dell'affiliazione aziendale. All'iscrizione di Ivrea nella lista del patrimonio UNESCO come “città industriale del XX secolo” su candidatura avanzata dieci anni prima dalla Fondazione, è seguito prima il reinquadramento del marchio Olivetti in seno al gruppo Tim nel settore di specializzazione *Internet of Things* e *Big Data* ora con lo statuto giuridico di società benefit. In entrambe le occasioni non si è fatto attendere il richiamo alla visione di Adriano, sottolineandone la continuità ora con il suo progetto urbanistico comunitario²³ ora con la responsabilità sociale che attribuiva all'attività imprenditoriale²⁴. È in questo orizzonte discorsivo che cerca di istituire continuità fra il racconto del passato e l'immaginazione del futuro, che va inquadrato il complesso di esposizioni inaugurate il marzo del 2019 in occasione della Milano Digital Week negli spazi del Museo del Novecento, poi traslocata come mostra digitale in *extended reality* sul portale Tim²⁵. Gettare un ponte fra civiltà delle macchine e dei dati riesce senz'altro più facile a un marchio storicamente attivo nelle tecnologie informatiche e nelle telecomunicazioni, tant'è che la mostra promette «un percorso sulla visione storica della relazione fra uomo, industria e architettura, innovazione e design, che ci conduce al cuore digitale di Olivetti»²⁶. Nell'introduzione il presidente dell'archivio

storico Gaetano Di Tondo illustra le direttrici tematiche, incentrate sulla bellezza e sull'innovazione, entrambe strumentali nel collocare la storia del marchio Olivetti in costruzioni discorsive che eccedono l'operato di un'unica azienda: quello sulla produzione Made in Italy e quello sull'avvento della rivoluzione digitale.

Sul primo versante ci si rifà a una tradizione retorica la cui invenzione data pressappoco agli stessi anni del concetto di tecno-umanesimo, a sua volta un esempio di appropriazione del passato storico (quello rinascimentale) finalizzato a nobilitare i prodotti d'esportazione in nome della presunta educazione atavica degli italiani al senso del bello. Un'«etichetta che è divenuta sinonimo di buon gusto, lavorazione accurata e attenzione al dettaglio»²⁷ e che l'Olivetti integra nel proprio racconto a ragion veduta, dati gli importanti precedenti conosciuti nel mercato europeo e americano. *Una storia d'innovazione* ospita, per ammissione dei curatori, «volutamente pochi prodotti. Abbiamo messo soltanto quelli più iconici, per far sognare»²⁸. Vi rientrano modelli (o riproduzioni 3d per la versione digitale) delle macchine da scrivere Lettera 22 (1950), Valentine (1969) e della calcolatrice Divisumma 24 (1956), posizionati d'innanzi a pannelli che ne accreditano progettista e designer come co-autori e ne enfatizzano lo statuto di «icone del design internazionale» e «esempi fra i più iconici del Made in Italy»²⁹. In un'altra sezione del percorso vengono esposti manifesti e locandine pubblicitarie e fotografie delle officine, delle case per dipendenti e dei centri per i servizi a Ivrea annessi al patrimonio all'UNESCO. Disegno grafico, architettonico e di prodotto sintetizzano i contorni di quel progetto di design integrato che è stato uno dei fattori che ha contraddistinto l'internazionalizzazione dell'impresa³⁰. Quello che i testi d'accompagnamento dell'esposizione identificano con lo «stile Olivetti» sembra quindi attenere alla dimensione estetico funzionale, alle categorie del «bello» e del «ben fatto» proprie del Made in Italy. L'eleganza formale dei prodotti, delle architetture industriali e l'alta fattura dei manifesti vengono elette metonimicamente a simboli di un'intera cultura d'impresa, dove le componenti di responsabilità etica e ideale comunitario vengono costantemente evocate ma mai meglio esplicitate. Rileggendo i tentativi di Franco Fortini di definire lo stile Olivetti già nel 1958, è stato notato come «non comparisse alcun accenno al ruolo dei marchi e dei logotipi e tantomeno a sistemi grafici e manuali d'identità visiva»³¹. Al contrario, *Una storia d'innovazione* affida proprio alla colonna dei loghi, posta a inizio del percorso nel Museo del Novecento, il compito di sintetizzare l'evoluzione identitaria intrapresa dall'azienda: dall'acronimo del fondatore Camillo Olivetti comparso sulle macchine M1 nel 1911 fino alle varianti sul *lettering* di Walter Ballmer, riproposto recentemente in versione tricolore proprio in occasione del passaggio dell'azienda a società benefit. Recita il comunicato stampa:

Il sogno di Adriano Olivetti era creare una società civile in cui tecnologia e innovazione fossero a servizio delle esigenze del singolo. Per questo Olivetti, Digital farm per l'Internet of Things del Gruppo Tim, presenta oggi il restyling del logo in una veste cromatica più vibrante, in continuità con la sua storia, e introduce il verde, il bianco e il rosso del tricolore per evocare con orgoglio l'importanza del 'Made in Italy' di cui la società ne è sempre stata portavoce [sic]³².

All'identità visiva spetta quindi sancire, sempre in nome della Storia, la piena sovrapposizione fra immagine aziendale e i valori del Made in Italy, qui didascalicamente indicati nel colore. Restano poco chiare le ragioni per le quali questa scelta di *restyling* sarebbe direttamente riconducibile al sogno di Adriano – a meno di non voler leggere i servizi offerti oggi come una sorta di compimento di quella società civile che poneva la tecnologia al servizio dell'uomo.

Precisamente su questo insiste l'altra direttrice della mostra, che rilegge il passato della compagnia alla luce dell'evoluzione tecnologica. Anche in questo secondo frangente il racconto storico ha buon gioco ad abbracciare una visione egemone nel discorso pubblico, che vede la cosiddetta "rivoluzione digitale" come una trasformazione totalizzante e inesorabile³³. Proprio questo carattere ideologico e teleologico permette di riconoscere a posteriori nella visione dell'imprenditore una sorta di profezia della società digitale, affiancando citazioni dai suoi discorsi ai virgolettati dei magnati della Silicon Valley, riportati sulle pareti del museo e pubblicate sui profili social della mostra alla stregua di "motti ispirazionali". Per avere immaginato una fabbrica «antesignana di un progetto modernista di messa in forma della vita nel mondo delle tecnologie e dell'informazione»³⁴ Olivetti viene così ammesso alle fila di quelli che lo studioso dei media Gabriele Balbi definisce i «profeti» o gli «oracoli» della rivoluzione digitale³⁵. A loro volta, i calcolatori elettronici prodotti dalla compagnia dalla fine degli anni Cinquanta vengono esibiti come «reliquie»³⁶ nel solco tracciato dalla stessa rivoluzione. Ciascuno sta lì a ricordare un primato: l'Elea 9003 (1959) primo calcolatore a transistor italiano, Programma 101 (1965) «primo desktop computer al mondo», M20 (1982), primo personal computer prodotto da una compagnia europea nello stesso anno in cui il *Time magazine* elegge il PC a *man of the year* (a proposito di techno-umanesimo...). La scelta di esporre queste macchine lungo un percorso concettualmente lineare, come a tracciare un *continuum* tra passato e futuro scandito da invenzioni "rivoluzionarie", obbliga però a ripercorrere la storia dell'azienda aggirando fallimenti e passi falsi. In questo, i promotori della mostra ripropongono un copione di *(hi)storytelling* già ben collaudato intorno al caso-tipo della Programma 101.

La progettazione del calcolatore da tavolo segue di pochi anni la morte di Adriano e il subentro ai vertici di un gruppo dirigenziale che scelse di disinvestire nella ricerca sul *commercial computing*, cedendo la divisione elettronica all'americana General Electric proprio nel periodo che si sarebbe rivelato dirimente per lo sviluppo dell'informatica globale. Quasi in sfida allo scetticismo dei nuovi quadri aziendali, una piccola squadra di ingegneri elettronici superstiti guidata da Pier Giorgio Perotto realizzò un calcolatore di dimensioni insolitamente ridotte che sarebbe stato accolto con favore nelle fiere di New York e addirittura adottato dalla NASA³⁷. Nei termini del racconto del passato aziendale, questo è il tipo di storia che permette di evitare uno strappo troppo netto nella transizione dall'era di Adriano a quella successiva. A compensare il ritardo sulla concorrenza che la ditta accumulò in quel periodo senza mai riuscire a recuperarlo, c'è una vicenda che segna la vittoria dello spirito olivettiano, irriducibilmente innovatore, contro le prudenze e le miopie di una dirigenza "usurpatrice". Poggiando su questa interpretazione, la mostra può annoverare anche il padre della P101 (e futuro dirigente della divisione elettronica) fra gli evangelizzatori della rivoluzione digitale nonché fra i legittimi eredi della visione originaria, secondo una continuità che egli stesso rivendicava nelle sue memorie:

Io sono convinto che i suoi interessi per l'elettronica fossero motivati dal fatto che egli non aveva visto nell'elettronica una semplice tecnologia, ma ne avesse intuito quella capacità diffusiva, di disciplina orizzontale capace di svolgere una funzione regolatrice verso tutti gli altri settori. [...] Purtroppo, il destino volle che egli morisse alle soglie della rivoluzione microelettronica, e che il sogno che certamente ebbe non si traducesse in realtà³⁸.

Oltre a convalidare lo statuto da profeta di Olivetti, la storia serve a rimarcare un primato italiano mai davvero riconosciuto ("nostro il primo *desktop computer*") sigillando così l'intreccio fra le due direttrici della mostra. Questo uso retorico del passato, che per la ditta di Ivrea rappresenta un'operazione di

heritage mining funzionale al riposizionarsi sul mercato, poggia su motivi retorici che vengono ormai accolti a diversi livelli del discorso pubblico. In particolare, il tropo dell'occasione mancata (un'impresa avanzata e distintamente italiana che, non fosse stato per la morte prematura del suo manager illuminato, avrebbe potuto porre il paese all'avanguardia della rivoluzione digitale) proviene da un'interpretazione dei fatti che è stata promulgata in prima istanza dai testimoni diretti e dai custodi della memoria aziendale ma che oggi pare comunemente accettata. Grazie a un suggestivo “*what if*” permette di rivendicare una storia gloriosa e di immaginare un futuro all'altezza, ponendo le basi tanto per revisioni storiche da intrigo internazionale³⁹ quanto per accorati appelli degli esponenti politici a recuperare lo spirito imprenditoriale che fu per «creare un Paese dove sia davvero possibile innovare, inventare, crescere»⁴⁰.

3. Forgetting work. La rimozione del lavoro (digitale)

La costruzione di ogni racconto del passato, lo abbiamo detto, implica un intreccio fra politiche del ricordo e dell'oblio. Per ogni oggetto, fatto, luogo e personalità scelti per narrare la parabola dell'Olivetti come “una storia d'innovazione”, altri vengono sistematicamente rimossi in un «instrumental 'forgetting work' to undermine collective memories of past corporate irresponsibility»⁴¹. In questo senso, a parte i limiti fisiologici che affliggono qualsiasi ricostruzione, l'omissione di alcuni avvenimenti è piuttosto scontata. La crisi della seconda metà degli anni Novanta, la scalata finanziaria che portò ad acquisire la Telecom e a perdere temporaneamente la ragione sociale, la dismissione di diversi stabilimenti e il ridimensionamento del personale che ne è seguita non avrebbero potuto in alcun caso, figurare in una mostra corporativa.

Quella che ci interessa rilevare qui è un'omissione d'altro tipo, che torna direttamente sull'interrogativo da cui eravamo partiti: quale umanesimo tecnologico ci consegna l'esperienza Olivetti e in che modo può essere rilevante per il nostro tempo? Stando al racconto che l'azienda fa di sé, l'unione fra la cultura umanistica e quella scientifica si risolverebbe in un'attenzione per la “bellezza” da un lato e in una capacità di comprendere (e anticipare) l'innovazione tecnologica dall'altro. Il lascito del tecno-umanesimo, che il direttore dell'Archivio Olivetti traduce nel gergo aziendale corrente come «human centricity»⁴², consisterebbe dunque nel concepire e realizzare ambienti e prodotti innovativi e, volendo anche noi ricorrere allo stesso linguaggio, “user friendly” – indirizzati pertanto all'utente come consumatore del prodotto finito. Una rilettura della complessa vicenda olivettiana filtrata da una sensibilità “à la Apple”⁴³ dove a venire obliterato è paradossalmente il rapporto uomo-macchina così come è andato trasformandosi nelle organizzazioni lavorative. L'espressione «forgetting work» usata da Roy Suddaby nella citazione di cui sopra per indicare “il lavoro della dimenticanza” funzionerebbe in questa fattispecie anche se volessimo tradurla come “la dimenticanza del lavoro”. Colpisce infatti che, nel parlare di innovazioni e di futuro digitale, non si faccia alcun cenno all'informatizzazione della produzione industriale che la ditta di Ivrea esperì e promosse per prima in Italia, ponendo le basi per un processo di automazione che ha fortissime eco nel presente – si pensi alle promesse o alle minacce di trasformazione che i recenti sistemi di Intelligenza Artificiale generativa stanno diffondendo pressoché in ogni settore professionale.

Va ricordato che già dagli ultimi anni sotto la direzione di Adriano le officine di Ivrea adottarono un circuito cibernetico a scheda perforata per trasmettere le informazioni dalle postazioni della catena di montaggio alla direzione amministrativa: ciascun operaio registrava il completamento della propria

mansione prima di passare il semi-lavorato alla stazione successiva, permettendo così alla direzione di monitorare il processo produttivo e di intervenire per regolarne l'organizzazione e la velocità. In questo contesto Romano Alquati, condusse la propria con-ricerca sulle condizioni degli operai degli stabilimenti Olivetti per *Quaderni Rossi*, per osservare i cambiamenti dei modi di produzione capitalistici. Non più soltanto questione di corpi ed energia, il lavoro diveniva ora anche fonte di informazioni, tradotte in forma numerica (dati) dal linguaggio macchina e fornite dagli operai medesimi, che in questo modo partecipavano ad alimentare e rifinire lo stesso sistema che ne avrebbe controllato, misurato e governato la prestazione⁴⁴. Nel giro di qualche anno buona parte della catena di montaggio sarebbe stata automatizzata con l'introduzione delle macchine utensili a controllo numerico, in grado di svolgere da sé le mansioni dell'operaio semplicemente eseguendo le istruzioni pre-programmate su nastro magnetico. La stampa comunista sollevò l'allarme sulle ricadute che l'adozione di tali macchine avrebbe registrato sull'occupazione e sulle distinzioni interne alla classe operaia: «basta passare dall'officina di montaggio delle macchine al reparto addetto alla produzione delle apparecchiature di controllo elettronico per aver l'impressione di trovarsi di fronte a due diversi tipi di lavoratori»⁴⁵. Molta dell'attuale letteratura internazionale che si occupa della politica economica delle piattaforme telematiche da un'angolazione critica, concorda nel far risalire a questo periodo le origini di quelli che oggi chiamiamo "lavoro digitale" o "capitalismo cognitivo"⁴⁶: una condizione che sappiamo estendersi ormai ben oltre gli impiegati del settore *tech* e che interessa in primo luogo la produzione di dati da parte del semplice utente di una qualsiasi piattaforma o applicazione digitale.

Ma non è necessario abbracciare i principi del marxismo operaista di Alquati o quelli della *critical theory* per rilevare come le tecnologie informatiche introdussero una nuova dimensione del lavoro. Gli stessi materiali esplicativi e promozionali prodotti dall'Olivetti per la commercializzazione dei primi calcolatori elettronici contribuirono attivamente alla riarticolazione dei rapporti fra uomo e macchina nelle organizzazioni lavorative e alla profilazione del *knowledge worker*. Come ricorda Michele Pacifico, dirigente della divisione elettronica ai tempi dello sviluppo dell'ELEA 9003, il calcolatore elettronico era allora «una macchina misteriosa, sconosciuta ai più». Per illustrarne il funzionamento ai potenziali clienti (perlopiù banche, centri commerciali o grandi aziende) «tutte le intelligenze aziendali, non soltanto quelle dei venditori, vengono mobilitate [...] garantendo che con un Elea in casa tutti i problemi aziendali, non soltanto gestionali, ma anche commerciali e industriali, avrebbero trovato una soluzione moderna, solida e di sicuro successo»⁴⁷. Tracce di quest'opera di persuasione che coinvolse progettisti, designer e copywriter si ritrovano anche nelle campagne per i modelli successive, comprese quelle incluso nel percorso di *Una storia d'innovazione*: lo slogan «Think Fast», coniato per la promozione internazionale di Programma 101, invita l'ingegnere e il contabile a portare il lavoro sulla propria scrivania per risparmiare le finanze aziendali; le pubblicità del PC M20 apostrofano invece «il manager, il tecnico e il professionista» con l'immagine di un uomo alla scrivania in cima a una montagna innevata («per lavorare ovunque voi siate»). Ulteriori esempi si trovano nel vastissimo repertorio di film industriali e pubblicitari prodotti nel corso degli anni e ora preservati presso l'Archivio Cinema Impresa di Ivrea. Riguardando quelle pellicole è facile notare la differenza fra l'organizzazione del lavoro prima e dopo l'introduzione dei circuiti cibernetici e delle macchine utensili computerizzate. La tradizionale immagine dell'officina con gli operai al lavoro si fa via via deserta e asettica per fare spazio a un ambiente totalmente automatizzato, con un unico addetto alle macchine ritratto mentre fa il cruciverba per ammazzare il tempo fra un comando e l'altro. Laddove per i potenziali clienti la promessa è sempre il risparmio (di tempi e di costi legati al personale) al dipendente che vorrà aggiornarsi al linguaggio delle macchine si prospettano un'inedita libertà dalla

ripetitività del lavoro manuale e la possibilità di contribuire personalmente al processo di produzione, addirittura di guidarlo: nella computerizzazione del lavoro sta l'avveniristica promessa di evolvere da "homo faber" a "homo gubernator", in cambio di un pugno di informazioni⁴⁸.

4. Conclusioni

Selezionare macchine, siti architettonici, locandine pubblicitarie o qualsiasi elemento ritenuto rilevante per la storia aziendale per esibirne le qualità estetiche e la caratura autoriale significa sottrarlo al contesto al quale era destinato, integrarlo al patrimonio culturale in nome della sua "bellezza" dimenticandone però l'agenzia sociale. Ma se è vero, come sostengono i fautori dell'*heritage marketing*, che la Storia può essere trasformata in una risorsa strategica per "raccontare storie", è altrettanto vero che la stessa Storia si compone delle storie che sono state raccontate: non solo le date, i nomi, i ritrovati della tecnica, ma anche le rappresentazioni culturali, i discorsi contribuiscono a fare "la storia dell'innovazione". Nessuna tecnologia sa imporsi da sé sul vento della presunta rivoluzione digitale senza venire accolta da conformazioni discorsive che le preparino il terreno. In questo, le strategie retoriche indirizzate dall'azienda ai dipendenti e ai clienti avevano uno scopo che prescindeva dalla questione estetico-funzionale. Nel contesto industriale, l'unione fra cultura scientifica e umanistica può essersi consumata anche ad altissimo livello, ma mai al netto di una dimensione utilitaristica, che piega strategicamente i saperi di entrambe le culture all'esecuzione di un mandato governamentale⁴⁹. In questo senso, l'elemento umano sul quale i promulgatori del tecno-umanesimo di ritorno insistono come se fosse un valore "trascendente" e assoluto, è in realtà una nozione relativa e malleabile, che ha mutato forma e definizione secondo le pratiche, i discorsi e gli interessi dei suoi promotori. Detta altrimenti, la costruzione sociale di ogni prodotto industriale o macchina è consustanziale a quella della conoscenza e della soggettività dell'umano che lo adopera, lavoratore o utente che sia: non esiste fattore umano che non sia definito da quello tecnico e viceversa.

Si capisce allora perché il discorso del ministro Giuli che abbiamo citato in principio, dopo aver auspicato così chiaramente la supremazia dell'uomo sull'algorithm, subito si tradisca parlando della necessità di adattare il lavoro degli operatori culturali agli sviluppi della tecnica, suggerendo così, ha notato Mimmo Cangiano, «l'accodamento dell'umano (o meglio proprio del lavoratore) al tecnologico»⁵⁰. Anche in questo caso, la contraddizione non può essere imputata al solo relatore ma è ben radicata nel senso comune. Ecco, se vale la pena rileggere il tecno-umanesimo nell'era digitale è anche per saper riconoscere simili contraddizioni e cortocircuiti, per imparare a cogliere il disegno sociale che sta dietro all'*industrial design*, per ricordare come l'ingegneria informatica e l'ingegneria umana abbiano viaggiato spesso di pari passo.

Note

- ¹ Si veda Mimmo Cangiano, *Dietro il confuso discorso di Giuli c'è un disegno chiaro*, in "Lucy. Sulla Cultura", 15 ottobre 2024, <https://lucysullacultura.com/dietro-il-confuso-discorso-di-giuli-ce-un-disegno-chiaro/> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).
- ² XIX Legislatura. Commissioni Riunite (VII Camera e 7a Senato). Resoconto stenografico della seduta n. 7 di martedì 8 ottobre 2024, p. 3, [documenticamera.it, https://documenticamera.it/leg19/resoconti/commissioni/stenografici/html/07c07/audiz2/audizione/2024/10/08/indice_stenografico.0007.html](https://documenticamera.it/leg19/resoconti/commissioni/stenografici/html/07c07/audiz2/audizione/2024/10/08/indice_stenografico.0007.html) (ultima consultazione: 30 giugno 2025).
- ³ *Ibid.*
- ⁴ Sui significati attribuibili all'espressione alla luce del vissuto di Olivetti si veda: Leonello Tronti, *L'idea di cultura in Adriano Olivetti. Valore e attualità di un'esperienza intellettuale e imprenditoriale*, in "Economia & lavoro, Rivista di politica sindacale, sociologia e relazioni industriali", 2014, n. 2, pp. 171-190.
- ⁵ XIX Legislatura. Commissioni Riunite, cit., p. 3.
- ⁶ Una riflessione inaugurata già qualche anno prima, in occasione dell'ammissione di Olivetti nel "pantheon" partitico di Fratelli d'Italia: Mario Bozzi Sentieri, *Nessuna meraviglia per le parole della Meloni: il mito di Adriano Olivetti è stato sempre anche di destra*, in "Il Secolo XIX", 11 aprile 2023, <https://www.secoloditalia.it/2023/04/nessuna-meraviglia-per-le-parole-della-meloni-il-mito-di-adriano-olivetti-e-stato-sempre-anche-di-destra/> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).
- ⁷ Per gli orientamenti generali: Christina Lubinski, *Rhetorical History: Giving Meaning to the Past in Past and Present*, in Stephanie Decker, William M. Foster, Elena Giovannoni (eds.), *Handbook for Historical Methods for Management*, Cheltenham – Northampton, Edward Elgar, 2023, pp. 35-45.
- ⁸ Roy Suddaby et al., *Rhetorical History as Institutional Work*, in "Journal of Management Studies", 2023, n. 1, pp. 242-278.
- ⁹ Kathleen J. Turner, "Introduction: Rhetorical History as Social Construction", in Kathleen J. Turner (ed.), *Doing Rhetorical History. Concepts and Cases*, Tuscaloosa, University of Alabama Press, 1998, pp. I-XI, p. X.
- ¹⁰ Tronti, *L'idea di cultura in Adriano Olivetti*, cit., p. 173.
- ¹¹ Facciamo rientrare qui entro un'unica categoria tutte le associazioni, fondazioni, istituzioni archivistiche e museali di tipo corporativo che si incaricano di: preservare e convogliare la storia aziendale; informare clienti e visitatori sui servizi e i prodotti dell'azienda; sviluppare un senso di appartenenza e identificazione nei dipendenti; influenzare più e meno direttamente l'opinione pubblica (Nick Nissley, Andrea Casey, *The Politics of the Exhibition: Viewing Corporate Museums Through the Paradigmatic Lens of Organizational Memory*, in "British Journal of Management", 2002, n. 13, pp. S35-S45: S35).
- ¹² *Ibid.*
- ¹³ Giuseppe Eugenio Luraghi, *Sinisgalli e l'Industria*, in *Atti del Simposio di Studi su Leonardo Sinisgalli*, Liantonio, Matera, 1987.
- ¹⁴ Cfr. Giuseppe Lupo, *Il luogo delle "due culture"*, in Giuseppe Lupo, Gianni Lacorazza (a cura di), *L'anima meccanica. Le visite in fabbrica in "Civiltà delle Macchine" (1953-57)*, Roma, Avagliano, 2008, pp. 1-11.
- ¹⁵ Cfr. Jennifer Malvezzi, *Situazionismo, nuovi tecnoumanesimi, e medialità tra le pagine di Kaleidoscopio e Humus*, in "Cinema e Storia. Rivista annuale di studi interdisciplinari", 2022, n. 9, pp. 101-122. Per un repertorio dei periodici aziendali italiani rimandiamo ai risultati del progetto della fondazione ISEC: *Comunicare l'impresa. Gli house organ e la stampa aziendale italiana nel Novecento*, <https://www.houseorgan.net/> (ultima consultazione: 30 giugno 2025).
- ¹⁶ Attilio Bertolucci, *Lezioni di storia dell'arte per "Il Gatto Selvatico" 1955-1964*, Roma, Eni, 2011.
- ¹⁷ Fondazione Pirelli (a cura di), *Umanesimo industriale: antologia di pensieri, parole, immagini e innovazioni*, Milano, Mondadori, 2019.
- ¹⁸ Fondazione Leonardo – Civiltà delle macchine, <https://www.fondazioneleonardo.com/civiltà-delle-macchine> (ultima consultazione: 30 giugno 2025). Nel gennaio 2025, dopo quattro annualità di pubblicazioni la rivista ha significativamente aggiornato il titolo in *Civiltà dei dati*.
- ¹⁹ Valerio Castronovo, *Storia del presente e archivi d'impresa*, in "Economia della cultura", 2011, n. 22, pp. 241-245.
- ²⁰ Alessandro Profumo, *Saper fare, saper pensare*, in "Civiltà delle macchine", 2019, n. 1, p. 6.
- ²¹ Lubinski, *Rhetorical History*, cit., p. 36.
- ²² Nel momento in cui scriviamo lo stesso gruppo Leonardo ha lanciato un'infrastruttura di *cyber defence* per l'identi-

ficazione e la prevenzione di attacchi militari dal nome “Michelangelo Dome”: “la cupola come simbolo di protezione, armonia strutturale, visione e ingegno. Il progetto unisce questo patrimonio culturale con la tecnologia più avanzata, dando vita a una soluzione che rappresenta l’Italia nel mondo per innovazione, creatività e capacità tecnica”. <https://www.leonardo.com/it/focus-detail/-/detail/michelangelo-sistema-multidominio-difesa-aerea-leonardo> (ultima consultazione: 24 gennaio 2026).

²³ *Ivrea città industriale del XX secolo*, Fondazione Adriano Olivetti, <https://www.fondazioneadrianolivetti.it/attivita/ivrea-unesco/> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).

²⁴ *Olivetti diventa società benefit. La visione di Adriano continua*, Nativalab, <https://nativallab.com/stories/olivetti-diventa-societa-benefit-la-visione-di-adriano-continua/> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).

²⁵ *Mostra digitale archivio Olivetti*, <https://archiviolivetti.timenterprise.it/> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).

²⁶ *Olivetti: una storia di Innovazione*, Museo del Novecento, <https://www.museodelnovecento.org/mostre1/archivio-mostre/olivetti-una-storia-di-innovazione> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).

²⁷ Carlo Maria Benfanti, *Rinascimento e Made in Italy. L’invenzione di un’identità culturale per l’industria della moda in “Allegoria. Per una storia materialistica della letteratura”*, 2013, n. 68, pp. 32-43, p. 32.

²⁸ *Olivetti, una storia di innovazione: la visita virtuale alla mostra*, Youtube, <https://youtu.be/40a2uOUbHaQ?si=BeYO-GjEjNVb18vYh> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).

²⁹ Da qui in poi, salvo ove diversamente indicato, le citazioni relative alla mostra faranno capo ai testi esposti o a quelli riportati nella sua versione online.

³⁰ Cfr. Elena Dellapiana, *Il design e l’invenzione del Made in Italy*, Torino, Einaudi, 2022, pp. 105-116.

³¹ Carlo Vinti, *Gli anni dello stile industriale. 1948-1965*, Venezia, Marsilio, 2007, p. 46.

³² Comunicato Stampa, Olivetti: nel segno dell’evoluzione digitale presenta il restyling del logo, Ivrea 19 aprile 2021.

³³ Ci rifacciamo qui alla proposta teorica di Gabriele Balbi, *L’ultima ideologia. Breve storia della rivoluzione digitale*, Roma-Bari, Laterza, 2022.

³⁴ *Inaugurata oggi al Museo del Novecento la mostra “Olivetti. Una storia d’innovazione”*, Olivetti, <https://www.olivetti.com/it/corporate/press-room/news/inaugurata-oggi-al-museo-del-novecento-la-mostra-olivetti-una-storia-di> (ultima consultazione: 26 gennaio 2026).

³⁵ Balbi, *L’ultima ideologia*, cit., pp. 78-84.

³⁶ Ivi, pp. 100-114.

³⁷ Si veda: Elisabetta Mori, *Coping With the ‘American Giants*, in “IEE. Annals of History of Computing”, 2019, n. 14, pp. 83-96.

³⁸ Pier Giorgio Perotto, *P101. Quando l’Italia inventò il personal computer*, Ivrea-Roma, Edizioni di Comunità, 2015, 70-71. Il titolo, di per sé significativo, attiene alla seconda edizione del volume, pubblicato originariamente nel 1995, per i tipi dalla Edizioni di Comunità fondata da Adriano Olivetti e oggi curata dalla Fondazione. Va specificato che la Programma 101 era un calcolatore programmabile pensato soprattutto per scopi lavorativi: la definizione “Personal computer” è una forzatura che tradisce però la volontà di enfatizzarne il portato anticipatore.

³⁹ Secondo una ricostruzione piuttosto diffusa lo sviluppo di Olivetti nel campo dell’elettronica fu osservato e in definitiva arrestato dai servizi segreti statunitensi: Meryle Secrest, *Il caso Olivetti: la IBM, la CIA, la Guerra fredda e la misteriosa fine del primo personal computer della storia*, Milano, Rizzoli, 2020; Marco Pivato, *Il miracolo scippato. Le quattro occasioni sprecate dalla scienza italiana negli anni Sessanta*, Roma, Donzelli, 2011.

⁴⁰ Così l’allora premier Matteo Renzi accogliendo i progettisti di P101 a Palazzo Chigi. Riccardo Luna, *Il lungo viaggio della Olivetti 101 finisce a Palazzo Chigi*, in “Huffington Post”, 14 ottobre 2016.

⁴¹ Roy Suddaby et al., *Rhetorical History as Institutional Work*, cit., p. 262.

⁴² *Olivetti, una storia di innovazione: la visita virtuale alla mostra*, cit.

⁴³ Su affinità e divergenze con la società di Cupertino: Daniele Balicco, *Introduzione*, in “L’ospite ingrato”, 2021, 6, pp. 9-15.

⁴⁴ Romano Alquati, *Composizione organica del capitale e forza-lavoro alla Olivetti*, in “Quaderni Rossi”, 1962, n. 2, pp. 63-98; 1963, n. 3, pp. 119-185. Si veda: Matteo Pasquinelli, *Italian Operaismo and the Information Machine*, in “Theory, Culture & Society”, 2014, n. 3, pp. 49-68.

⁴⁵ Paolo Santi, *Olivetti. La scelta del controllo numerico*, in “Rinascita”, 1967, n. 2, pp. 9-10, p. 10.

⁴⁶ Leopoldina Fortunati, Arlen Austin, *Digital Labor and the Domestic Sphere*, in Richard Maxwell, Jack Linchuan Qiu, e Shinjoung Yeo (eds.), *The Handbook of Digital Labor*, London, Wiley Blackwell, 2025, pp. 372-391.

⁴⁷ Michele Pacifico, *Alta tecnologia e cultura millenaria'. Il contributo di Olivetti allo sviluppo dell'informatica in Italia*, in "L'ospite ingrato", 2021, 6, pp. 121-134.

⁴⁸ Facciamo riferimento qui soprattutto a *Elea 9000* (Nelo Risi, 1959) e a *Divisione controllo numerico* (Aristide Bosio, 1968). Per una panoramica più ampia ci permettiamo di rimandare a: Simone Dotto, *Do Corporate Films Dream of Cybernetic Governance? Computers (as Metaphors of) Industrial Labor and Society in Olivetti-Sponsored Films*, in "Illuminace", 2024, vol. 36, n. 2, pp. 51-70.

⁴⁹ Parafrasiamo il concetto introdotto da Tony Bennett, *Useful Culture*, in "Cultural studies", 1992, n. 3, pp. 395-408.

⁵⁰ Cangiano, *Dietro il confuso discorso di Giuli*, cit.