

L'Impresa delle meraviglie, le ragioni di un successo

Pubblicato: Giovedì 8 Settembre 2016



«La comunicazione è l'opposto della conoscenza. È nemica delle idee perché le è essenziale dissolvere tutti i contenuti. L'alternativa è un modo di fare basato su memoria e immaginazione, su un disinteresse interessato che non fugge il mondo ma lo muove». In un breve saggio dal titolo “Contro la comunicazione” pubblicato nel 2004 per Einaudi, **Mario Perniola**, docente di estetica **all'Università “Tor Vergata”**, si interroga sul rapporto che c'è o, meglio, che non c'è tra la realtà e le sue rappresentazioni massmediatiche.

La crisi dei **subprime negli Usa** e lo tsunami di ritorno che ha investito il mondo finanziario ad ogni latitudine sono in un certo senso la prova provata della tesi sostenuta da Perniola: ciò che era stato comunicato era lontanissimo dalla realtà.

Alla domanda se si possa **costruire una comunicazione diversa**, il filosofo risponde affermativamente, purché sia **l'estetica** a orientare lo sguardo di chi comunica perché «Il giudizio di gusto è disinteressato», quindi più vicino alla verità e meno condizionato. **(foto sopra, da destra: Davide Galli e Mauro Colombo, presidente e direttore di Confartigianato)**

Non è dato di sapere se le teste che governano **Confartigianato Imprese Varese** abbiano letto questo saggio e forse non è nemmeno fondamentale saperlo. Ma se si osserva uno dei progetti più importanti sul fronte della comunicazione fatta dal gruppo dirigente dell'associazione di viale Milano, ovvero **L'Impresa delle Meraviglie (I.D.M.)**, è evidente che a dominare la scena sia l'estetica. Dalla definizione così poco economica scelta per questa **categoria** (la meraviglia), alle singole interviste agli artigiani (ben 180 in undici anni), passando per il logo scelto (un albero artistico), è il gusto estetico che genera una evidente “**discrezione**” della categoria. E la discrezione, intesa come **discernimento**, da un lato, consente di cogliere le differenze che contraddistinguono una I.D.M., dall'altro, di rimanere nei giusti limiti (discrezione significa anche moderazione).

Infine, aver tracciato una cornice estetica che permette di distinguere le imprese meravigliose dalla volgarità indifferenziata della comunicazione, potrebbe essere il primo passo verso un **nuovo concetto di rete**. In questa visione, una legge che governi il processo di aggregazione o un incentivo economico che lo stimoli saranno meno determinanti rispetto al sentirsi parte di una comunità (anche digitale) fondata su valori condivisi.

L'IMPRESA DELLE MERAVIGLIE

Sabato 10 settembre con inizio alle 15 e 30 alla Festa di VareseNews **Davide Galli**, presidente di **Confartigianato Imprese Varese**, e **Federico Visconti**, rettore dell'Università Liuc, si confronteranno su questo tema.

Michele Mancino

michele.mancino@varesenews.it

