



CHI SONO GLI IMPRENDITORI? UN SAGGIO DI MARK E CATHERINE CASSON PER RUBBETTINO

Nella valigetta del mercante di successo

Il lungo viaggio dal Medioevo agli uomini di affari di oggi tra idee e intuizioni

di MARK CASSON
e CATHERINE CASSON

Gli artisti possono essere considerati degli imprenditori, nel senso che possono raggiungere un buon tenore di vita avviando uno studio specializzato in un particolare tipo di opere artistiche. Nel XVIII secolo andava di moda lo studio specializzato nei ritratti, nel XIX quello fotografico, mentre nel XX secolo era in voga la lavorazione della ceramica. L'arte è stata a lungo tempo associata al commercio attraverso il design di etichette, imballaggi, poster e, più di recente, attraverso la creazione di loghi e siti web aziendali. Tuttavia, il fatto che gli artisti possano diventare imprenditori non significa che gli imprenditori siano artisti. Il punto saliente, in questo caso, risiede nel fatto che gli artisti vengono solitamente considerati come individui creativi, attributo riferibile anche agli imprenditori. In effetti, la creatività ha a che fare con l'ideazione e la produzione di qualcosa che sia completamente nuovo. Una persona altamente creativa potrebbe essere definita, addirittura, un genio qualora riesca a realizzare qualcosa che nessun altro avrebbe potuto produrre. Tuttavia, risulta arduo intuire i processi cognitivi di un genio. Probabilmente, è preferibile considerare la creatività secondo una prospettiva soggettivistica. Le persone che riescono a realizzare qualcosa che sia veramente sorprendente vengono definite creative quando vi è la percezione collettiva che altri non sarebbero stati capaci di creare qualcosa di analogo. Quanto più sorprendente, o addirittura scioccante, risulta essere il prodotto di una mente immaginifica, tanto più sarà definito creativo l'individuo che ne sia stato l'artefice. Si dice che gli artisti vedano il mondo in maniera diversa rispetto agli altri. Quest'affermazione risulta perfettamente coerente con la concezione secondo la quale gli imprenditori riescono a riconoscere quelle opportunità che altri non sarebbero in grado di cogliere. Dato che considerano il mondo da un diverso punto di vista, spesso la curiosità degli imprenditori viene attratta da quei fenomeni

ai quali gli altri prestano minore attenzione.

Di solito, si ritiene che gli artisti più noti siano contraddistinti anche da un proprio stile. Alcuni antichi dipinti di dubbia provenienza vengono spesso ritenuti autentici sulla base dello stile dell'artista, che si riflette nella composizione, nell'uso dei pennelli e del colore. In effetti, molti artisti divenuti celebri hanno coltivato deliberatamente un proprio stile, capace di rendere le loro opere immediatamente riconoscibili. Per esempio, il Canaletto, Turner e Monet hanno tutti raggiunto una grande notorietà sviluppando uno stile del quale i collezionisti d'arte hanno tenuto conto nella valutazione delle opere. Lo stile unico di un artista è assimilabile a un marchio commerciale di successo sviluppato da un imprenditore.

Molti imprenditori affermati sono diventati importanti collezionisti d'arte e hanno lasciato in eredità le loro collezioni di opere alle gallerie d'arte pubbliche (com'è successo per Henry Tate), oppure ne hanno create di proprie (come nel caso di William Hesketh Lever). L'arte ha ispirato diverse campagne pubblicitarie; un esempio recente è quello della collezione d'arte moderna dei fratelli Saatchi presentata a Londra.

L'immagine dell'imprenditore come persona d'azione immersa nelle sue attività aziendali suggerisce che potrebbe essere considerato l'antitesi stessa di un filosofo. L'immagine comunemente associata ai filosofi è quella di persone che si sono ritirate dal mondo e speculano su di esso, piuttosto che impegnarsi attivamente nella vita quotidiana. Nonostante ciò, comunque, si può senz'altro sostenere che un imprenditore di successo abbia bisogno di una solida filosofia a sostegno delle sue decisioni imprenditoriali.

Da sempre, la filosofia ha rappresentato una potente forza intellettuale. Gran parte dei politici più influenti ha costruito la propria carriera sulla divulgazione di un'ideologia radicata nella filosofia. L'accesa contrapposizione politica tra il capitalismo e il socialismo, che ha caratterizzato una parte assai consistente del tardo XIX secolo e gli inizi del XX, rinviene le sue basi proprio nei dibattiti filosofici sul

ruolo della proprietà privata all'interno di un'economia in via di industrializzazione. Gran parte della letteratura più recente in materia di imprenditorialità è caratterizzata da una specifica visione filosofica e contribuisce a far progredire questo importante dibattito, anche se in forma leggermente diversa. Alcuni studiosi del settore hanno maturato la convinzione che le imprese possano prosperare soltanto all'interno di un sistema capitalista di libero mercato, mentre altri ritengono che lo Stato debba intervenire all'interno dei settori industriali allo scopo di promuovere le innovazioni tecnologiche.

La filosofia incoraggia il pensiero critico spingendo le persone a riesaminare alcuni assiomi comunemente accettati per verificare la loro validità. Da un punto di vista prettamente deduttivo, è poi vero che le conclusioni discendono direttamente dalle ipotesi? Da un punto di vista induttivo, si può, invece, sostenere che i risultati finali costituiscano la prova della correttezza delle ipotesi? Esistono ipotesi alternative, egualmente plausibili, che conducano a conclusioni diverse? E se esistono interpretazioni differenti delle medesime prove, le evidenze confermano direttamente l'ipotesi di partenza, o potrebbero essere interpretate anche in maniera diversa, a supporto di un'altra ipotesi? Spesso, gli imprenditori di successo mettono in discussione l'opinione comune.



RUBBETTINO

Quotidiano
10-03-2024
Pagina 6
Foglio 2 / 2

il Quotidiano del Sud
L'ALTRA VOCE dell'Italia



www.ecostampa.it

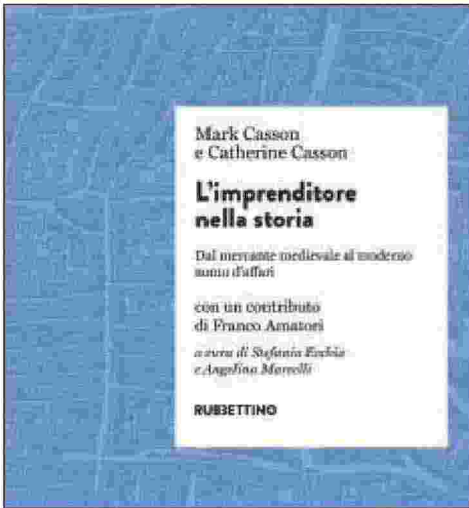
Alla base della loro creatività sta proprio questa volontà di confutare la mentalità convenzionale. È impossibile essere creativi se ci si limita a conformarsi al modo di pensare e di agire della massa. Assumendo delle considerazioni filosofiche di carattere generale a fondamento delle proprie opinioni, l'imprenditore potrà giungere a conclusioni diverse da quelle delle altre persone. Se riesce ad essere, al contempo, imprenditore e filosofo, senz'altro metterà in pratica la propria visione anticonformista, agendo in un modo che a

molti sembrerà imprudente, se non, addirittura, irrazionale.

Tuttavia, non tutti gli imprenditori che seguono una data corrente filosofica sono necessariamente dei filosofi nel senso precisato in precedenza. Alcune filosofie politiche sono popolari tra gli imprenditori per ragioni meramente opportunistiche. Per esempio, l'affermazione secondo cui «gli imprenditori sono creatori di ricchezza» viene spesso camuffata come visione filosofica, ma trascura il fatto che chiunque lavori sia potenzialmente un creatore di ricchez-

za, ivi comprese quelle persone che non lavorano per denaro. Gli imprenditori di successo potrebbero anche non "parlare" di filosofia, ma agire da filosofi, mettendo in discussione l'opinione comune per la ragione fondamentale che potrebbe non rispecchiare la verità.

A partire da questa prospettiva possiamo comprendere perché talvolta gli imprenditori siano impopolari, oppure siano visti come elemento perturbatore nella società. Ciò accade semplicemente perché non riescono a rassegnarsi a una visione che, per quanto condivisa dalla massa, sia da loro ritenuta infondata.



La copertina del libro "L'imprenditore nella storia. Dal mercante medievale al moderno uomo d'affari", edito da Rubbettino.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



0006833