

**Che cos'è la qualità?
(e come, dove, quando...)**

OVIGLIO, 2 LUGLIO 2011

VII Giornata di Studio Future Consulting

Oviglio, 2 luglio 2011

**Che cos'è la qualità?
(e come, dove, quando...)**
Atti della Giornata di Studio

Che cos'è la qualità?

Alfredo Quazzo

5

Qualità, ovvero Il sistema delle regole.
Riflessione sulla gestione delle differenze culturali

Santo Romano

9

Mythos, Logos e Areté: una storia di qualità

Fiorello Casi

17

La qualità come motore sociale

Donato Pietragalla

23

dal dibattito

27

Come azzerare la qualità.

Una proposta di legge contro l'eccellenza del riso made in Italy

Angelo Ballabio e Nicola Tagliabue

29

dal dibattito

37

Significati nulli per accontentare tutti

Franco Forzani

39

Che cos'è la qualità?

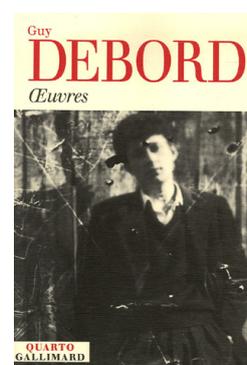
Alfredo Quazzo

Nel 1967, quando ancora la vulgata opponeva fra loro idee imprecise e già obsolete come fascismo, comunismo e capitalismo, il francese Guy Debord scrisse un libro destinato a diventare famoso: *La società dello spettacolo*. Esso sostiene che nelle società di massa, neocapitaliste e post-industriali, il modello di sfruttamento «fabbrica-lavoratore» è stato superato e sostituito da quello di «mercato-consumatore».

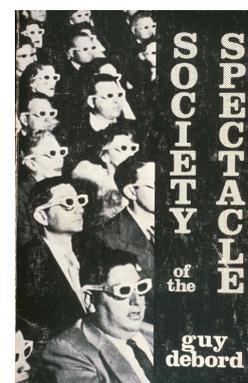
Stando a Carlo Marx la società capitalistica si doveva polarizzare fra un gruppo sempre più ristretto di ricchi-sempre-più-ricchi e una massa sempre più vasta di poveri-sempre-più-poveri; quando questa massa fosse diventata così povera da non poter più consumare, e quindi assorbire la produzione, il capitalismo sarebbe imploso.

Debord spiegò l'errore di una simile impostazione: la società neocapitalistica garantisce alla massa la facoltà di spendere, ma si arricchisce diminuendo la qualità dei beni che produce e che la massa acquista. Non si appropria più del valore aggiunto generato dal lavoro (quello che Marx chiama il *surplus*) ma della differenza tra il valore dei prodotti e il prezzo pagato per acquistarli. Diventa allora cruciale comprendere cosa si nasconde dietro l'abusato concetto della «qualità», uno di quei termini con spesso cui si indica tutto e il contrario di tutto.

Beninteso, la letteratura, soprattutto d'impresa, è unanime nel dichiarare che occorre sempre puntare al perseguimento della qualità. Peccato che gli stessi testi, così assertivi al riguardo, evitino accuratamente di dare una definizione di qualità, lasciando al povero lettore l'illusione di assegnare al termine il significato che preferisce. Questo concetto infatti non varia soltanto spostandosi da un'epoca all'altra, o da un continente



La raccolta di tutte le opere di Debord pubblicata da Gallimard



Prima edizione in lingua inglese della Società dello Spettacolo di Guy Debord



Guy Debord ad Alba nel 1956, in occasione di una riunione dell'Internazionale Situazionista organizzata dall'artista piemontese Giuseppe Pinot-Gallizio (a destra nella foto)



Una pubblicità delle sigarette Marlboro negli anni '50

all'altro: a volte basta spostarsi da un'azienda a una sua concorrente.

Facciamo un esempio: la qualità di un processo organizzativo è sinonimo di efficacia o di efficienza? O di produttività? O di miglioramento del clima aziendale? E attenzione, non è detto che si debba ragionare sempre secondo una logica aziendale: la qualità di una cura si misura su quanto riesce a tenere in vita il paziente o sulle sofferenze che riesce ad alleviargli? La qualità di una cena si valuta dalla freschezza degli ingredienti, dalla capacità di elaborazione dei piatti o dalla soddisfazione dei commensali?

Spero di avervi confuso le idee a sufficienza, questa almeno era la mia speranza, perché solo con questa confusione potremo confrontarci attorno a questo argomento, e forse potremo capire quanti significati possono in realtà essere attribuiti alla stessa idea. Passo quindi la parola agli amici che hanno elaborato per l'occasione alcune spunti di riflessione, sicuro che simili argomenti potranno stimolare un intenso quanto utile dibattito.

FRANCO FORZANI: Buongiorno a tutti, voglio anzitutto dare il benvenuto a tutti i presenti. L'argomento di quest'oggi è complesso e articolato, e diversi sono gli interventi programmati per affrontarlo. Il mio ruolo sarà quindi un po' quello di mantenere il filo del discorso, stimolare qualche commento e lanciare qualche provocazione.

Cominciamo da questo allora [mostrando il pacchetto di una nota marca di sigarette americane] che non vuole essere una promozione al fumo, ma sta a testimoniare quanto la qualità del tabacco americano abbia vinto: ha vinto sul trinciato semplice italiano, sul tabacco francese e sul tabacco tedesco. La qualità americana è diventata in qualche modo la qualità tout court, e questo per una ragione molto semplice, perché per gli americani un prodotto di qualità è banalmente il prodotto che soddisfa le esigenze del maggior numero di consumatori. Con questa filosofia il blend delle sigarette americane ha vinto su quello degli altri paesi, la Coca-Cola ha vinto sul chinotto e anche quel famoso panino con la polpetta di carne che tutti noi neghiamo di avere anche solo assaggiato si è imposto su altri tipi di fast-food.

Il paradosso è che per noi europei la situazione è radicalmente agli antipodi: appena un prodotto comincia a riscuotere successo ci sembra immediatamente «sospetto» e lo qualifichiamo subito come mediocre. E sempre secondo la nostra mentalità perversa, un prodotto mediocre è quasi peggio di un cattivo prodotto.

E visto che il mio ruolo è anche quello di provocare, la sparo grossa: questo avviene perché gli americani sono «antropologicamente» democratici. Per loro la maggioranza ha ragione in quanto è tale, e se una cosa riscuote consenso significa che è «giusta» (è «vera», è «buona», è «bella», ecc.). Noi europei al contrario siamo fondamentalmente aristocratici: diffidiamo del successo perché sappiamo che un prodotto

di grande successo deve essere «etimologicamente» mediocre, perché la maggioranza si colloca sempre intorno ai valori medi di una distribuzione statistica. Non a caso l'industria americana trionfa nella grande produzione di massa mentre gli europei hanno inventato le produzioni di nicchia.

Intendiamoci: questo non è un confronto dove uno ha ragione e l'altro ha torto, ma di fatto, se esistono simili divergenze a livello di definizione del concetto di qualità, occorre ragionare su quali implicazioni una simile diversità di vedute comporti a livello dei conseguenti parametri. Passo quindi la parola a chi più di me ha approfondito questo argomento, giungendo a risultati meglio argomentati e forse inattesi.



La Large Coca-Cola (1962) di Andy Warhol è stata battuta all'asta da Sotheby il 30 novembre 2010 per 35,4 milioni di dollari

Qualità, ovvero Il sistema delle regole. Riflessione sulla gestione delle differenze culturali

Santo Romano

Quelli che s'innamora di pratica senza scienza, son come il nocchiere ch'entra in porto senza timone o senza bussola, che mai ha certezza dove si vada. Sempre la pratica deve essere edificata sopra la bona teoria.

(LEONARDO DA VINCI)

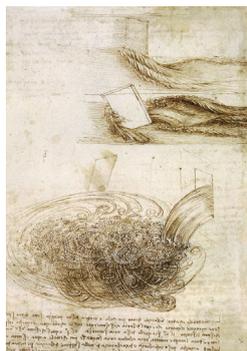
Lontano dai tecnicismi che gestiscono variabili e parametri per consentire l'affinamento di regole, procedure e relazioni economiche dei prodotti, il presente lavoro vuole stimolare una discussione su un tema che la nuova frontiera di «rapporto qualità» tenta in qualche modo di affermare: la componente umana quale regìa dei risultati delle scienze «certe».

Ogni nazione è caratterizzata da una propria cultura, e lavorare ed ottenere risultati con persone di cultura diversa è tutt'altro che istintivo o immediato. Razionalizzare le relazioni tra persone di cultura diversa consente di rilevare la diversa gestione del potere, il diverso orientamento agli obiettivi, la diversa gestione della delega, la diversa percezione delle priorità; il tutto per raggiungere vantaggi operativi concreti. La «filosofia investigativa»* si dimostra uno strumento in grado di arricchire il nostro modo di pensare, innescando efficaci processi di autodiagnosi; ogni lavoro



LEONARDO, Progetto per una colubrina a più canne, inchiostro su carta, 1480-82

* metodo avanzato di ricerca dei *driver* di «full quality» che precede e si integra alle competenze tecniche.



LEONARDO, Studi sullo scorrimento e la caduta dell'acqua, inchiostro su carta, 1508-09



PARMIGIANINO, Due studi di una rana (part.), sanguigna su carta, XVI sec.



PARMIGIANINO, Due studi di una rana (part.), sanguigna su carta, XVI sec.

è come un «safari dell'autocritica» dal quale si torna con importanti trofei: la perfetta conoscenza di noi stessi, la conoscenza di come il mondo esterno è organizzato e ci vede, quali traguardi sono possibili....

La sindrome delle rane

Le rane sono animali anfibi, possono vivere sulla terra o sull'acqua. Non solo: le rane si adattano a moltissimi climi, caldi e freddi, secchi ed umidi. Da un punto di vista biologico la rana è sopravvissuta attraverso milioni di anni proprio per le sue capacità di mutare difese, abitudini, alimentazione in funzione dell'ambiente. Ma cosa c'entra questo con la Qualità?

C'entra. In un laboratorio delle rane furono messe in recipienti pieni d'acqua a temperatura ambiente. I recipienti erano tali che le rane avrebbero potuto saltare fuori in qualsiasi momento avessero voluto. Sotto ogni recipiente venne messa una fiamma a gas con reticella che scaldava l'acqua molto gradualmente ed in maniera uniforme. Man mano che la temperatura saliva le rane ci si adattavano. Sfortunatamente, malgrado l'alta temperatura raggiunta dall'acqua, le rane non si sentivano tanto a disagio da saltare fuori, fin quando il calore divenne tanto intenso da farle morire bollite.

Morale: la capacità di adattarsi, di attivare una azione-reazione al cambiamento deve essere stimolata! Nell'ambito della qualità «bollire» significa non vedere quanto la propria capacità di accettare e provocare il cambiamento sia fortemente attenuata. Forse vale la pena parlarne!

Logica di complessità e logica di contesto

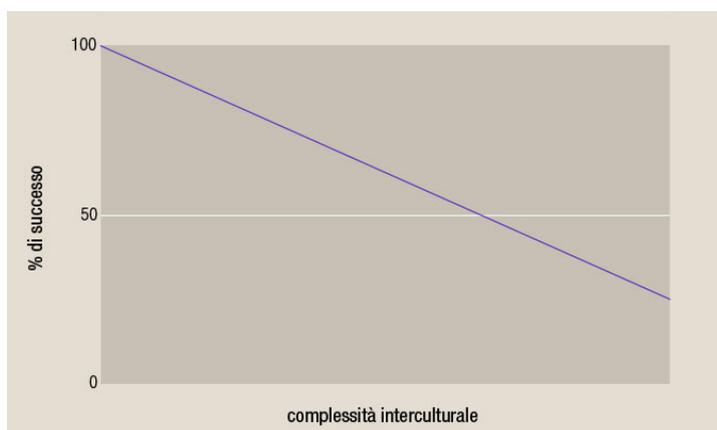


Fig. 1. Relazione tra complessità interculturale e percentuale di successo.

Studi recenti mostrano che modalità di agire e comportamenti manageriali sono fortemente influenzati dalla cultura nazionale delle singole persone. Anche in tema di qualità si ritiene che un approccio flessibile alla gestione delle architetture operative debba essere capace di adattare e plasmare strumenti, processi e *practices* in quello che viene definito «modulazione culturale dei processi di *continuous improvement*», cioè a dire

- comprendere e condividere le prassi professionali diffuse e richieste in contesti internazionali;
- comprendere e confrontare le *vision* personali rispetto ad altre culture;
- condividere gli stili di *leadership* nelle varie culture;
- riflettere sulle «naturali» resistenze alla diversità multiculturale.

Si tratta di aree avanzate di analisi dei processi di *full quality*, laddove si consideri che la loro finalità è generare nelle aziende internazionali valore aggiunto e quindi miglior risultato economico.

Nella definizione operativa dei processi di «miglioramento continuo» le ragioni *soft* si rivelano determinanti al pari di quelle «tecniche»: la perfetta sincronia dei punti in focalizzazione consentono di evitare malfunzionamenti comunicazionali, criticità nella gestione della *leadership*, delle deleghe operative, dell'assunzione di responsabilità, e non ultime nell'assunzione e gestione dei rischi che i progetti comportano.

Focalizzazione	ambito	azione
Conoscenza	perfetta conoscenza di se stessi	analisi su base sistemica
Rispetto	apprezzamento delle differenze culturali	analisi su base olistica
Riconciliazione	soluzione delle differenze culturali	analisi su base tattica

Se si confronta la relazione tra complessità di processo e consumo di tempo (fig. 2) si osserva che il momento della realizzazione operativa (riconciliazione) è quello che impatta maggiormente su complessità di processo e tempo di realizzazione .

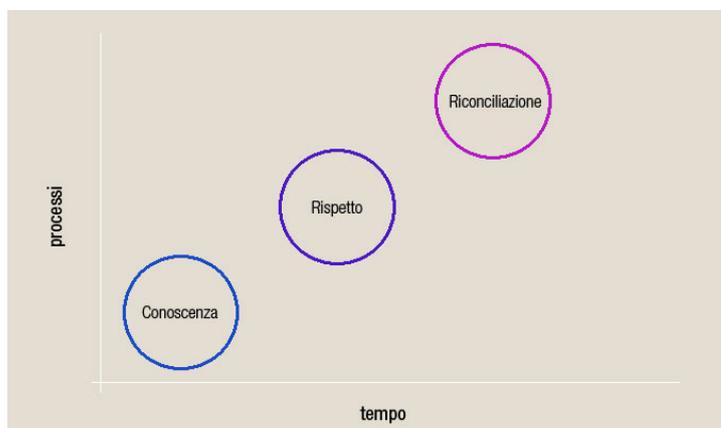


Fig. 2. Relazione tra complessità interculturale di processo ed impiego di tempo.



PIETER PAUL RUBENS, Dama di compagnia dell'infanta Isabella (ritratto di Clara Serena Rubens?), gessetto nero e colorato su carta, ca. 1623



REMBRANDT VAN RIJN, Studio di orientale, carboncino su carta, ca. 1629



GIANDOMENICO TIEPOLO, Omaggio a Pulcinella incoronato, inchiostro acquarellato su traccia a matita, ca. 1760



FRNÇOIS BOUCHER, Giovane campagnola che danza, gessetto nero, bianco e rosso sfumato su carta brunita, 1765-70



FRNÇOIS BOUCHER, Donna in piedi vista da dietro, gessetto nero, bianco e rosso sfumato su carta brunita, ca. 1742

Stile di negoziazione

La diversa percezione del valore delle cose, il diverso orientamento temporale agli obiettivi, il diverso valore della gerarchia e del gruppo cambiano sostanzialmente l'approccio e le modalità di negoziazione. In particolare si è identificata una dicotomia fra le convinzioni di una categoria di soggetti, detti «universalisti» (comportamento di tipo *task*), rispetto a quelle di un'altra, detta di «particolaristi» (comportamento di tipo *relationship*), le cui caratteristiche sono brevemente riportate nel prospetto seguente.

Universalisti	Particolaristi
<ul style="list-style-type: none"> - L'attenzione è rivolta al processo, sui dati obiettivi, sul «così deve essere fatto» - C'è solo un modo processivo di fare le cose - Ognuno si assume le proprie responsabilità di processo - Si privilegiano le argomentazioni razionali - Si considera strategica l'attitudine al <i>business</i> - Le esigenze personali non devono assolutamente condizionare le specifiche di progetto - Le eccezioni devono essere processate conservando la tracciabilità - Si favorisce la ricerca di procedure standard - Si formalizza qualsiasi variante al progetto 	<ul style="list-style-type: none"> - Le persone sono l'elemento più importante - I contratti possono essere modificati se sono costruite solide intese interpersonali - Possono essere realizzate soluzioni <i>quick win</i> per gestire le fasi critiche di progetto - La conoscenza personale e la capacità di relazione sono la chiave per gestire il <i>business</i> - Le esigenze personali devono essere tenute in considerazione per favorire l'armonia complessiva del <i>business</i> - Occorre favorire relazioni informali ed instaurare accordi personali. - Il <i>business</i> va adattato <i>work in progress</i> per valutazioni di efficienza economica

Si dimostra pertanto determinante acquisire il corretto schema di riferimento dei modelli comportamentali/comunicativi.

In un'ottica di ulteriore approfondimento, e con riferimento a tre parametri tradizionali con cui frequentemente si usa valutare un progetto (in senso lato e nello specifico «qualità»), se ne è stimato il successo in termini di

- tempi di consegna (*timing*);
- *budget* (costo);
- funzionamento del sistema (qualità).

Come indicato nella successiva figura 3, l'impatto della differenza culturale su base nazionale – schematizzato secondo i comportamenti *task/relationship* – si è rivelato estremamente significativo.

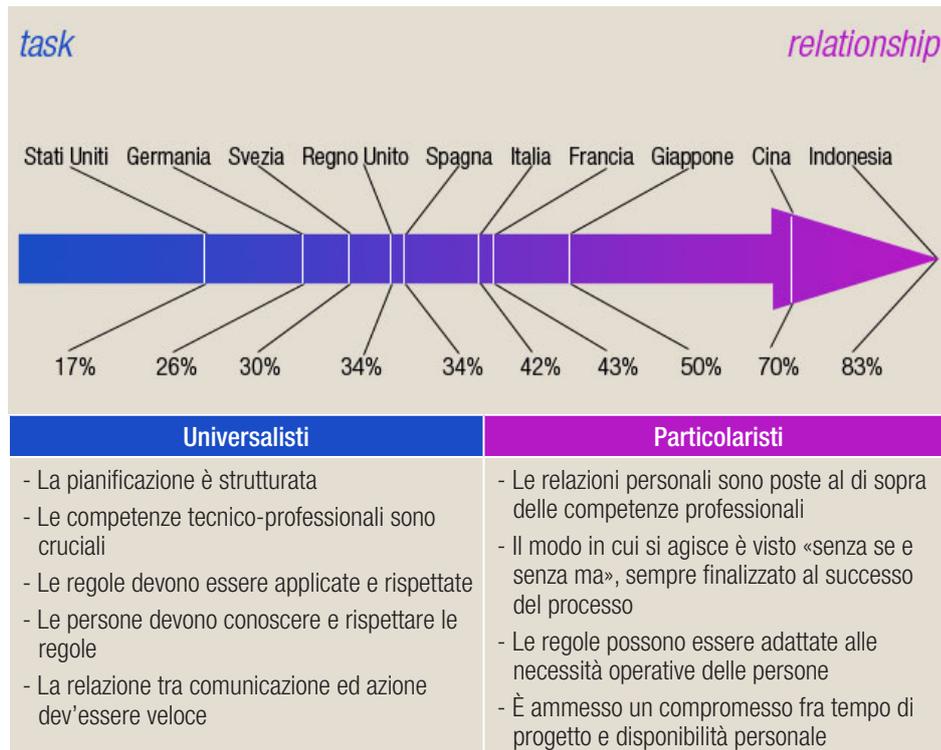


Fig. 3. Propensione all'approccio task/relationship sulla base della nazionalità. Fonte: ADLER-LAURENT

Significativo è l'atteggiamento nel comportamento, rilevato da studi specifici, che la diversità culturale determina nel risolvere un caso specifico; nell'esempio in fig. 4: *dovrei fare un rilievo ufficiale ad un mio amico e decido di non aiutarlo.*

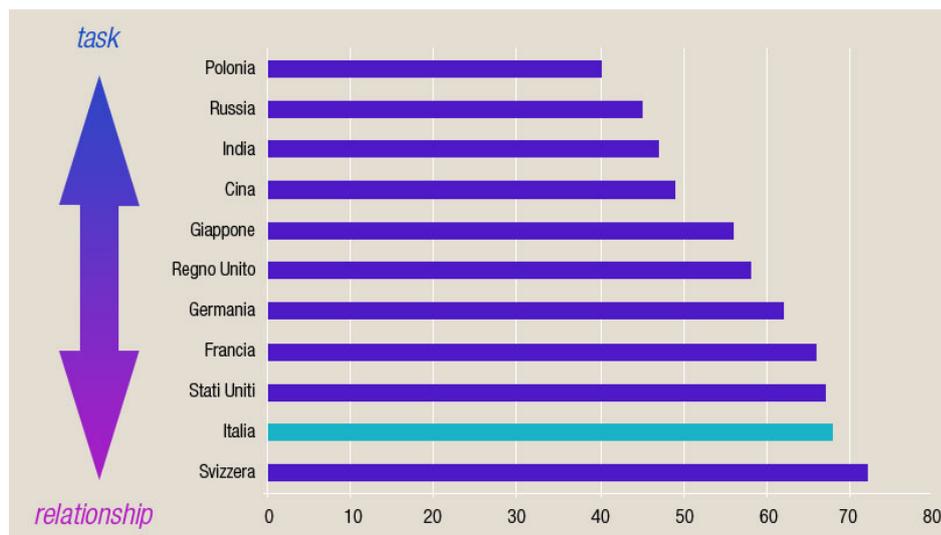


Fig. 4. Orientamento culturale nazionale caratterizzato da comportamenti di tipo task/relationship. Fonte: A. TROMPENAARS, Riding the Waves of Culture



WILLIAM HOGARTH, Il politico, litografia, 1775



WILLIAM HOGARTH, Ritratto di Simon Lord Lovat, frontespizio di The Whole Proceedings (...), Londra, 1747



WILLIAM HOGARTH, John Wilkes Esq., litografia, 1796



FRANCISCO GOYA, Vecchio sull'altalena, carboncino e matita copiativa su carta, 1824-28



FRANCISCO GOYA, Il pentimento, inchiostro acquarellato su carta, 1812-20



FRANCISCO GOYA, Pazzo furioso, matita su carta, 1824-28

La misurazione dell'impatto della cultura sulla gestione dei progetti

Studi avanzati sul metodo *full quality* ritengono strategico, nella gestione di relazioni in contesti internazionali, processare i rapporti logici tra le seguenti dimensioni:

- *vision* personale rispetto ad altre culture;
- stili di *leadership*;
- valori culturali: naturale resistenza alla diversità multiculturale, «peso» del proprio bagaglio culturale.

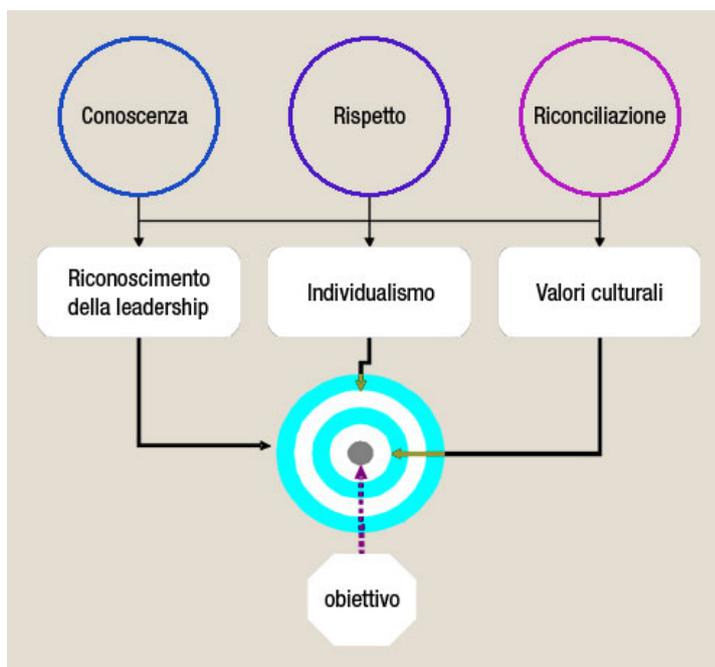


Fig. 6. Schema di riferimento per «neutralizzare» i possibili rischi che le dimensioni multiculturali possono determinare in pregiudizio delle azioni necessarie per il successo del business.

Riconoscimento della leadership: considerazioni generali

Nei processi ad alta complessità interculturale è determinante lo stile di affermazione della *leadership*. Qualsiasi modello di *leadership* deve sviluppare nuove capacità; principalmente:

- comunicazione efficace in ambienti internazionali;
- gestione «a distanza» e *face-to-face* delle relazioni;
- gestione del *feedback*;
- mediazione del conflitto tra colleghi in contesti internazionali.

Alle competenze sufficienti per gestire un ruolo di *leader* basato sullo schema «gerarchia–prescrizione–controllo» se ne debbono sostituire altre per sostenere un diverso ruolo basato su «*leadership–coaching–autonomia*».

Riconoscimento della leadership: power distance

Le caratteristiche che differenziano la *power distance* possono essere così classificate:

Small	Large
<ul style="list-style-type: none"> - L'organizzazione tende ad essere piatta - Le persone esprimono le proprie idee anche alla presenza del capo - Le persone tendono ad essere proattive - Le persone si aspettano che il capo le consulti - Le relazioni sono calme ed informali - Il capo è visto come una risorsa democratica 	<ul style="list-style-type: none"> - Le persone sono considerate secondo la loro posizione gerarchica - Ci si aspetta che le persone siano capaci di risolvere i problemi a fronte della richiesta dei capi - Ci si aspetta che il capo dia precise istruzioni - Le relazioni sono formali - Sono necessari i segni del potere con manifestazioni di <i>status</i>



ODILON REDON, Lo spirito della foresta (Spettro di un albergo gigante), carboncino su carta, 1880

Individualismo

Capacità e competenze sono caratteristiche dinamiche capaci di evoluzione, nel senso che facilmente possono rispondere a nuovi contesti; l'individualismo è una caratteristica radicata che richiede tempi lunghi di «adattamento», soprattutto quando non è percepita come fattore di potenziale criticità.

Alto individualismo	Basso individualismo
<ul style="list-style-type: none"> - Le persone tendono a decidere autonomamente - Le persone tendono ad assumersi dirette responsabilità - I risultati individuali sono apprezzati - È luogo comune credere che la professionalità individuale possa servire per raggiungere obiettivi di <i>status</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Le decisioni appartengono al <i>team</i> - Ciascuno deve adattare il proprio punto di vista alle decisioni del <i>team</i> - Le persone cercano la propria gratificazione nella posizione del gruppo

Valori culturali

Leadership ed individualismo appartengono alla sfera caratteriale personale dei membri di un progetto; i valori di cultura vanno al contrario ricondotti ad una dimensione storico-geografica, come nel caso degli esempi riportati nella tabella seguente.



ODILON REDON, L'occhio-pallone, carboncino su carta, 1878



ALFRED KUBIN, La signora a cavallo, inchiostro a penna su carta, ca. 1900

Italiani	Tedeschi	Francesi	Inglesì
- Relazioni: famiglia, gruppo, comunità, distretto	- Ordine	- Il «modo» francese	- Senso dell'ironia
- Status: posizione nel gruppo	- Attenzione per i dettagli	- Educazione: competenza e relazioni	- Pragmatismo
- Immagine: «fare bella figura»	- Razionalità ed obiettività	- <i>Savoir vivre</i>	- Rispetto per la <i>privacy</i>
- Certezze, solidità: orientamento al passato, posto fisso	- Controllo impersonale	- Razionalità	- Individualismo
	- Educazione e conoscenza	- Argomentazioni articolate	- Senso di appartenenza
	- Attenzione alle criticità		

Conclusioni

Il tema trattato è un breve esempio di come specifiche azioni di *cross border* siano direttamente collegate alle ricerche avanzate in tema di qualità. La profondità dell'indagine ha il merito di dimostrare un particolare aspetto della qualità che lascia per un momento in retrovia tecnicismi più o meno scientifici, dando risalto alla componente umana. Ovviamente si tratta di un *asset* operativo e strategico che mira a generare nelle aziende internazionali valore aggiunto, e quindi miglior risultato economico.

Solo così, tuttavia, è possibile spiegarci alcuni costi che le aziende internazionali devono sopportare, nonostante siano forse poco noti*:

- I 2/3 dei *manager* espatriati rientrano in patria prima della fine dell'incarico. Il costo per la loro azienda si stima sia tra 300 mila ed 1 milione di Euro.
- Più del 70% delle *partnership* con aziende straniere fallisce, purtroppo dopo che molte risorse umane e di capitale sono state spese. Il costo per le aziende coinvolte è incalcolabile.
- Il 30% dei *manager* che ritorna da un incarico all'estero lascia l'azienda entro 2 anni. Il costo stimato va da 500 mila a 1 milione di euro.
- I professionisti che si trovano a gestire *team* formati da persone di nazioni ed organizzazioni diverse dalla propria possono avere una perdita di efficacia ed efficienza stimata fino al 30%.



ALFRED KUBIN, L'ultimo re, inchiostro a penna su carta, ca. 1902

* Cfr. A. TROMPENAARS, *Riding the Waves of Culture*.

Mythos, logos e aretè: una storia di qualità

Fiorello Casi

Una breve storia che descriva l'evoluzione del concetto di qualità dovrebbe partire da periodi antichissimi, forse addirittura preistorici. Mi limito a citare tre date:

- 2000 a. C.: un bassorilievo su una tomba a Tebe raffigura un uomo che effettua misure di perpendicolarità, quello che nel lessico della moderna logica di qualità chiameremmo una verifica di «rispondenza a requisiti»;
- 1750 a. C.: nel Codice di Hammurabi si precisano le pene da comminare al costruttore che procura danni, ovvero si afferma il concetto di «responsabilità del produttore»;
- 1339 a. C.: nella tomba di Tutankhamen sono sepolte suppellettili con simboli del produttore, secondo una logica di «identificazione e rintracciabilità».

Si tratta di concetti tutti riconducibili ad un'idea di qualità che affonda le proprie radici nelle profondità della storia o della preistoria, e che costringerebbero il nostro discorso a partire da troppo lontano. Ho quindi preferito far risalire l'origine della moderna qualità a tre concetti (relativamente) più recenti.

Mythos, logos e aretè

Il *logos* (λόγος) è diretto, disadorno, non emotivo, economico e accuratamente proporzionato. Il suo scopo non è creare emozioni, ma ordine, e contrastare l'ignoto; non è libero, né al naturale, ma contenuto: tiene



ARTE BABILONESE, Codice di Hammurabi, re di Babilonia (fra il 1792 e il 1750 a. C.), basalto, Parigi, Musée du Louvre



ARTE ATTICA, Achille educato dal centauro Chirone (fra il 525 e il 515 a. C.), anfora a figure rosse, Parigi, Musée du Louvre



ARTE ATTICA, Fenice e Briseide (ca. 490 a. C.), kylix a figure rosse, Parigi, Musée du Louvre



ARTE ATTICA, Atleta vincitrice (ca. 460 a. C.), bronzo, Parigi, Musée du Louvre

tutto sotto controllo e il suo valore si misura in base a questo controllo. È lo strumento dell'*homo faber*.

Rispetto al *mythos* (μῦθος) lo stile del *logos* appare sovente come una «manutenzione meccanica»: tutta una questione di pezzi, di parti, di componenti e di rapporti. Tutto viene misurato e dimostrato; non gli è concesso di lasciarsi andare. Agli occhi dell'*homo poeticus* esso appare come «senz'anima».

Ma già attraverso i poemi di Omero, quindi già in età arcaica, la Grecia giunge ad elaborare una precisa idea educativa incentrata sulla nozione di *aretè* (ἀρετή, *virtus*, *valentia*, valore, capacità), di cui coglie la duplice dimensione, sia fisica che intellettuale. Nell'ideale educativo avanzato da Fenice, precettore di Achille, è contenuto in sintesi l'intero progetto educativo elaborato e sostenuto dalla civiltà greca, volto a fare del discepolo un «valente operatore di azioni» e un «buon dicitore». Da qui la conferma storica dell'intuizione di Platone, che indica in Omero l'educatore dei greci.

In epoca classica il concetto di *aretè* si declina a seconda del substrato culturale delle diverse *polis*. In particolare a Sparta, pur dovendo distinguere due distinti momenti nell'elaborazione dell'idea educativa – più aperta in età arcaica, più limitata e chiusa in età classica – e tenendo presenti i condizionamenti operanti nella seconda fase della sua storia, la critica si trova concorde nell'indicare nel modello educativo militare spartano una delle prime forme di subordinazione, consapevolmente perseguita, dell'individuo allo Stato. A Sparta l'educazione, intesa come sviluppo della personalità, è totalmente condizionata dalla ragion di Stato.

Per converso, la grande conquista della *polis* ateniese è da individuare nella scoperta della giustizia come principio fondante della vita associata, dove il termine «principio» assurge per molti aspetti a valenza filosofica. Ne consegue che in sede pedagogica Atene ha il grandissimo pregio di recuperare le differenti (e unilaterali) forme di *aretè* già note (valore guerriero, etica dell'impegno, dedizione alla patria) all'interno di un principio superiore – la giustizia – che è valore civile e di dimensione universale al contempo. Il riferimento più immediato è a Solone.

Dunque lo studio di questo costituirsi dell'*aretè* e del suo sviluppo lascia emergere con chiarezza, fin dalle origini della storia dell'educazione, che esiste un nesso imprescindibile tra idea educativa e vita sociale: l'*aretè* eroica dei poemi omerici (virtù agonale) esprime l'ideale educativo di un'aristocrazia che celebra la virtù individuale proiettandola nel mondo mitico di un lontano passato. Celebrata dall'elegia di Tirteo, questa *aretè* conferisce alla virtù una dimensione sociale, che ben esprime la struttura militare-autoritaria di Sparta. Così è da dire anche della giustizia come somma *aretè* in Esiodo, espressione di una civiltà agreste che identifica nel lavoro il superiore bene dell'uomo; e in Solone, in cui la giustizia assomma in sé tutti i valori della tradizione facendone un «dover essere», un

ideale di vita civile. Tuttavia, mentre in Tirteo l'*aretè* sacrifica l'individuo allo Stato, in Solone disegna un itinerario di liberazione per il singolo e la comunità.

Della qualità

L'armonia del mondo soggiace all'antagonismo di *mythos* e *logos*, e la qualità scaturisce da entrambi, quando prendono coscienza l'uno dell'altro. Il problema deriva dal fatto che gli uomini hanno la tendenza a schierarsi su una sola delle due posizioni, rifiutandosi di capire l'altra: l'*homo faber* si oppone all'*homo poeticus*. Eppure già nell'Atene di Pericle si era individuata la soluzione, perché fra le due posizioni pulsava l'*enthousiasmós* (ἐνθουσιασμός) verso l'*areté* che presiedeva ad entrambe.

La qualità si disseta alla fonte in cui si specchiano *enthousiasmós* ed *areté* insieme, perché l'*areté* – che oggi chiameremmo «eccellenza» – non è uno statico bene di tipo platonico: è dinamica, è la somma delle capacità tutte insieme, ed implica il rispetto per la totalità e l'unicità della vita. E l'*enthousiasmós*, a sua volta, è la conseguenza della percezione che si può avere della qualità, ossia della verità che nella qualità nasce e ritorna. Solo in questo modo le figure antagoniste dell'*homo faber* e dell'*homo poeticus* possono coesistere in una figura sola, principe o *manager*.

Dunque grazie all'*aretè* nell'Atene di Pericle non esisteva spaccatura fra *logos* e *mythos*. E dopo, a Firenze? E oggi, a Harvard? Per rispondere a questa domanda facciamo un salto alla fine del XX secolo: le prime norme internazionali in tema di qualità risalgono al 1987 e furono emanate dall'ISO con particolare riguardo a quei settori industriali cosiddetti «ad alto rischio» (nucleare, aerospaziale, difesa). La funzione di questa I generazione di norme era di garantire il raggiungimento di un dato livello qualitativo per soddisfare le esigenze di sicurezza e affidabilità richieste dalla collettività.

Nel 1994 venne emanata una versione rinnovata delle norme ISO (II generazione), impostata su tre finalità fondamentali:

- garantire la qualità di un prodotto;
- descrivere i requisiti che un «sistema-qualità» deve possedere, al fine di poter ottenere tale qualità;
- permettere il conseguimento degli obiettivi fondamentali del «sistema-qualità», in termini di guida nella gestione della qualità d'impresa, fiducia ed approvazione da parte del cliente, certificazione o registrazione da parte di un organismo terzo.

Infine, con il progetto Vision 2000 (III generazione), è stata data enfasi a quelli che dovrebbero diventare i due obiettivi assoluti di ogni sistema di qualità, vale a dire:

- il miglioramento continuo dell'azienda (anche in termini economici);



ARTE CORINZIA, Compianto di Teti e le Nereidi sul cadavere di Achille (fra il 550 e il 560 a. C.), anfora a figure nere, Parigi, Musée du Louvre



ARTE CORINZIA, Combattimento di cavalieri (ca. 600 a. C.), cratere a figure nere, Parigi, Musée du Louvre



ARTE CORINZIA, Processione femminile (fra il 600 e il 590 a. C.), olpe, Parigi, Musée du Louvre



ARTE CORINZIA, Poseidone (fra il 575 e il 550 a. C.), placchetta, Parigi, Musée du Louvre



ARTE CORINZIA, Combattimento (fra il 575 e il 550 a. C.), placchetta, Parigi, Musée du Louvre



ARTE CORINZIA, Pugili (fra il 575 e il 550 a. C.), placchetta, Parigi, Musée du Louvre

- la soddisfazione di tutte le aspettative (espresse ed implicite) dei clienti.
Come ci si è arrivati?

Storia ed evoluzione del concetto di qualità

Nel 460 a. C. nasce a Coa Ippocrate, padre dell'*ars medica antiqua*. Il *Corpus Hippocraticum*, composto da 60 trattati, influenzerà l'arte medica fino alle soglie del XVI sec. Lui codifica per la prima volta il comportamento che il medico deve tenere nei confronti del paziente, che deve essere al centro della sua attività.

Nel 1605 muore Ulisse Aldrovandi, esperto nel campo della *materia medica* (la moderna farmacologia). Pur non avendo mai esercitato la medicina pratica, Aldrovandi perseguì una sistematizzazione logica dei farmaci in relazione alla loro composizione e preparazione. Curò, in qualità di «protomedico», la pubblicazione dell'*Antidotarium Bononiensis*, che avrà numerose edizioni sino all'inizio del XIX sec. e sarà il manuale per eccellenza per la preparazione e la prescrizione dei farmaci.

Nel suo *Discorso sul metodo*, pubblicato nel 1637, Cartesio traccia le linee del concetto di qualità utilizzando poche, semplici ma precise regole, e definendolo come processo volto alla ricerca del miglioramento continuo attraverso lo studio dei macro e microprocessi. Cinquant'anni dopo i primi tentativi di standardizzazione dei processi qualitativi in ambito economico attraverso norme scritte si ritrovano nel settore assicurativo (Lloyds di Londra), al fine di rendere più sicuro il trasporto delle merci via mare.

A partire dalla metà dell'Ottocento il dibattito riceve un formidabile impulso dalla scuola economica classica, soprattutto grazie ai contributi di Frederick Winslow Taylor, Henri Fayol e Max Weber, i quali vedono nella corretta definizione della qualità del prodotto uno dei fondamenti dell'evoluzione della società industriale.

Infine nel XX secolo i controlli di qualità diventano obbligatori nei contratti per le forniture militari degli Stati Uniti. Il settore della difesa è il primo ad implementare criteri qualitativi nella ricerca operativa, ed è pleonastico ricordare quanto ruolo abbiano assunto tali sistemi nella pianificazione di operazioni militari di vasta portata, prima fra tutte il *D-Day*. E pensare che in un primo tempo il concetto di «qualità totale» elaborato da W. E. Deming (1900-1993) e J. M. Juran (1904- 2008) non aveva ricevuto l'attenzione degli industriali americani.

Solo il 23 febbraio 1947 infatti viene costituita la International Organization for Standardization (ISO), federazione mondiale di organismi di normazione internazionale. L'elaborazione delle norme internazionali per la gestione della qualità ISO 9000 alla quale si è fatto precedentemente riferimento è appunto opera dei comitati tecnici della federazione.

Sempre nel 1947 i primi controlli di qualità fra laboratori di ricerca sono organizzati nella città di Filadelfia per opera di Belk e Sunderman, preoccupati dalle discrepanze dei referti clinici ottenibili da due diversi laboratori cittadini. Due anni dopo il *proficiency test* è esteso a tutti i laboratori della Pennsylvania e anche a partecipanti di altri stati americani. Così negli anni '50, quando le principali aziende americane esprimono l'esigenza di individuare modelli organizzativi in grado di assicurare e supportare la qualità dei propri prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita, i «sistemi-qualità» cominciano a diffondersi su sempre più larga scala.

Oggi, secondo il *Total Quality Control* di A. V. Feigenbaum (n. 1922), controllare la qualità è un modo di governare l'impresa, e ad essa si deve dedicare la stessa cura che viene dedicata alla produzione. Nel 1979 P. B. Crosby pubblica *La qualità non costa*, nel quale dimostra che la nuova via da seguire consiste nel porre l'accento sulla prevenzione dei problemi piuttosto che intervenire per scoprirli e correggerli.

Quanto simili idee abbiano raccolto dell'eredità greca sarà materia del successivo dibattito.



ARTE ATTICA, Guerriero che si arma (fra il 540 e il 530 a. C.), olpe, Parigi, Musée du Louvre

La qualità come motore sociale

Donato Pietragalla

Il concetto di «qualità» nasce in filosofia: Aristotele lo introduce indicandola come la categoria con la quale si determina come è la cosa, rispondendo alla domanda «quale?» Nel corso dei millenni innumerevoli filosofi si sono misurati con questo concetto, finché l'industrializzazione non ne ha dato un nuovo connotato: essa è la misura delle caratteristiche o delle proprietà di un'entità in confronto a quanto ci si attende da tale entità.

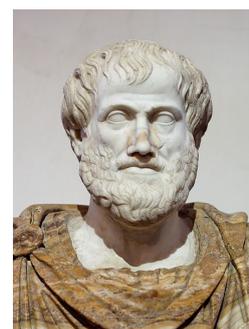
La tecnologia del XIX secolo ha infatti prodotto profondi cambiamenti economico-sociali, quali

- l'industrializzazione dei sistemi di produzione;
- l'urbanizzazione della popolazione;
- l'introduzione di un nuovo paradigma (materia – *standard* – qualità).

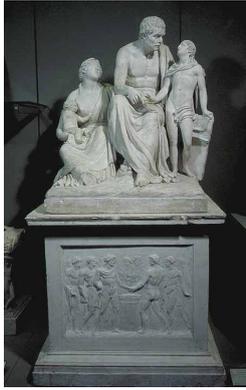
Così facendo, la qualità, da concetto «a sé stante» (misura di un attributo), è divenuta un metodo di confronto tra ciò che è (*as is*) e ciò che dovrebbe essere (*to be*). Si pone a questo punto il problema di definire lo *standard*, ovvero il termine di paragone che indichi «ciò che dovrebbe essere» (si noti tra l'altro che nel 1889 viene introdotto come *standard* per la misurazione spaziale il sistema metrico decimale).

Simili cambiamenti hanno prodotto una convergenza verso un movimento filosofico, il materialismo, che associa in un'unica «chiave» i cambiamenti economici e sociali. Secondo questa «chiave»

- la lotta di classe si esprime in funzione dello sviluppo delle forze produttive e dei rapporti di produzione;
- nel rapporto *standard/qualità* lo *standard* è rappresentato dal socialismo, ed il differenziale tra questo ed il capitalismo corrisponde alla mancanza di qualità.



Busto di Aristotele (Aristotele «Ludovisi»), copia romana in marmo del I sec. d.C. da originale greco in bronzo attribuito a Lisippo (330 a.C. ca.), Roma, Museo Nazionale Romano di Palazzo Altemps.



FRANÇOIS MASSON, Monumento a Jean-Jacques Rousseau (1801), modello in gesso del monumento realizzato per i giardini delle Tuileries, Parigi, Musée du Louvre

La lotta di classe è dunque una novità storica? Non secondo Marx, che considera la lotta di classe «motore della storia umana», e perciò presente da sempre. Ma vista nell'ottica della qualità, possiamo considerarla una novità? Confrontiamo la Rivoluzione Francese preindustriale con la lotta di classe figlia dell'industrializzazione.

- Secondo Rousseau, la rivoluzione francese è figlia di un concetto di diseguaglianza sociale che è insito nella natura (vale a dire nella qualità) della società.
- La coscienza di classe misura un rapporto tra la forza produttiva e i rapporti di produzione, quindi la diseguaglianza è nello scarto, non nella natura.

Dunque dal punto di vista della qualità industriale siamo portati a considerare la lotta di classe una novità storica. Ed ecco allora emergere alcuni attributi della lotta di classe:

- la diseguaglianza sociale aumenta strutturalmente all'interno del sistema capitalistico;
- tale diseguaglianza è nuova per lo *status quo*: non può essere gestita secondo la politica del *panem et circenses* (cfr. GIOVENALE, *Satire*, X, I sec d. C.).

L'omologazione come ripristino della qualità aristotelica

Naturalmente il capitalismo, inteso nella sua duplice accezione di sistema economico e politico, ha agito e agisce per contrastare questo differenziale di qualità perseguendo due strategie complementari per il breve e per il lungo periodo, vale a dire

- la repressione: la protesta viene istantaneamente contenuta attraverso l'uso della forza;
- l'omologazione delle masse: si afferma un modello culturale univocamente condiviso.

In particolare, al fine di ristabilire l'idea qualitativa della società come basata su un'uguaglianza sociale uniformemente percepita, l'omologazione culturale è perseguita attraverso due modalità:

- la diffusione di immagini di un raggiunto benessere economico-sociale;
- la creazione di standard «altri» (*supereroi*, *top model*, etc.)

Vi è dunque un tentativo di restaurazione del concetto aristotelico di qualità, laddove il benessere non è un «ammorbidimento sociale» ma una necessità al fine di

- stabilizzare la *governance* delle istituzioni;
- creare un mercato stabile dove collocare i beni generati grazie all'elevata produttività.

L'omologazione è dunque perseguita attraverso la creazione di un immaginario, come sostiene Umberto Eco in *Apocalittici e integrati*: «Una



JEFF KOONS, The Bourgeois Bust - Jeff & Ilona (1991), autoritratto in marmo dell'artista abbracciato all'allora moglie Ilona Staller (Cicciolina), Edinburgo, National Galleries of Scotland

educazione attraverso le immagini è stata tipica di ogni società assolutistica o paternalistica; dall'antico Egitto al Medioevo [...] l'immagine finale è stata costruita per la massa soggetta».

La qualità ai tempi dell'informazionalismo

Abbiamo così visto come il concetto di qualità si sia evoluto nel tempo grazie ai cambiamenti economici e sociali, cambiamenti che a partire dagli anni '70 del XX secolo si sono ulteriormente accelerati grazie alle tecnologie informatiche e di telecomunicazione determinate dalle necessità del mercato. Da ciò sono scaturiti

- un mutamento della forza produttiva e dei rapporti di lavoro;
- la saturazione dei mercati nazionali (e la conseguente globalizzazione).

Possiamo allora accettare la definizione di Manuel Castells di «capitalismo informazionale» o «informazionalismo». Le tecnologie e le economie globali hanno generato una «società in rete» contribuendo ad avvicinare gli individui, ma (con le dovute proporzioni) nella stessa direzione aveva operato la prima industrializzazione. Pensiamo ai «nuovi metodi produttivi», alla «urbanizzazione virtuale», ai «nuovi mercati *extra* nazionali»: gli attuali processi di rinnovamento non suonano forse come *déjà entendu*?

E a livello qualità? In azienda si sono diffusi nuovi paradigmi della qualità – come ad esempio Six Sigma – e la qualità da sociale è divenuta *social*:

- è aumentata l'attenzione a problemi non legati direttamente alla contingenza immediata dell'individuo, accogliendo problematiche più lontane «nel tempo e nello spazio» come quelle energetiche ed ecologiche (energia nucleare, buco dell'ozono, scioglimento dei ghiacci, ecc.);
- si sono sviluppate nuove forme di partecipazione, basti pensare alla Costituzione dell'Islanda scritta in rete (2011) ed al «popolo viola», movimento politico che usa unicamente la rete per diffondere il proprio pensiero.

È quindi proprio la qualità l'ideale-motore che spinge, oggi più che mai, le persone a confrontarsi e ad unirsi, non solo «contro» un modello di società, ma «per» un modello di società migliore. Come ha scritto Robert Kennedy (1966): «Ogni volta che un uomo combatte per un ideale [...] emette una minuscola onda di speranza, e queste onde, intersecandosi da un milione di centri differenti di energia e di audacia, producono una corrente in grado di spazzare via i più poderosi muri di oppressione e resistenza».



LEO FRIEDLANDER, *Le Arti della Guerra* (1951), Washington D.C.



VERA MUKHINA, *L'operaio e la kolkhoznitsa* (1937), Mosca



ANNETA DUVEEN, *Busto di Robert Kennedy* (1972), New York

dal dibattito

ALESSANDRO NARDI: Ricordo che la prima volta che la parola «qualità» ha iniziato a far parte con coscienza della mia vita, assumendo un significato al di là di quello generico, è stato grazie a ciò che i giapponesi chiamavano *Total Quality Management*, ovvero una teoria aziendale di miglioramento continuo dello svolgimento delle attività lavorative.

Devo dire che in Italia non abbiamo visto una grande applicazione di queste teorie, tolto qualche caso nel comparto industriale. Anche nei servizi si è provato ad applicarle ma non vi si adatta bene e probabilmente è molto lontana dalla nostra cultura di italiani...

Che cosa significa qualità, quindi?

Penso alla qualità dei prodotti, ed i prodotti veramente di qualità sono sempre più per pochi, con produzioni di nicchia o gestite da marchi che per far percepire la qualità fanno pagare un *mark-up* esagerato di prezzo, mentre la produzione di massa non riesce quasi mai ad abbinare bassi prezzi ad alta qualità.

Penso alla qualità del cibo, e per capire la differenza vi invito ad assaggiare in parallelo frutta e verdura provenienti direttamente da un orto, o acquistati da un gruppo di acquisto solidale a filiera corta, magari biologico, e a confrontarlo con i prodotti della grande distribuzione. I secondi sono privi di difetti e di marcescenze, di forma e colore accattivanti, ma anche privi di sapore....

Penso alla qualità dell'acqua e rifletto sul fatto che ormai da decenni bevo solo acqua minerale in bottiglia e, a dispetto di numerosi articoli che dicono che l'acqua del rubinetto è buona, continuo ad arricchire i grandi marchi di minerali nella speranza che mi facciano bere effettivamente quella della fonte e non quella del rubinetto purificata... E l'acqua del mare? A quella non ci penso tranne quando vado al mare il fine settimana, e mi chiedo quando «golette verdi» e «bandiere blu» fanno i loro prelievi per analizzare la qualità dei mari, perché se li facessero al sabato ed alla domenica le bandiere sarebbero di un altro colore!

Penso alla qualità dell'aria... beh, vivendo a Milano, che ormai è una vera e propria camera a gas, è meglio che non ci pensi... La qualità del rumore... a Milano c'è solo dalle due fino alle sette del mattino... E la qualità della luce... sempre a Milano di giorno sei stretto nei palazzi delle vie, e di notte il cielo stellato lo vedi solo grazie all'immaginazione. Non per niente quanto beneficio sentiamo nel nostro corpo quando ci troviamo di fronte a paesaggi naturali incontaminati!

Penso alla qualità della vita, ad un paese che ne fa un punto di orgoglio, dimenticando che l'alta qualità della vita che sostiene è tale grazie

ad un debito pubblico procapite tra i più alti al mondo tra i paesi più avanzati.

Allora cos'è veramente per me la qualità nella vita di un uomo?

Credo che qualità sia la qualità delle relazioni, il rispetto e la stima conquistati nella professione, l'amore e l'affetto per i familiari, per gli amici e tutti coloro con cui abbiamo uno scambio di attenzione, come il saluto per il vicino di casa o il sorriso allo sconosciuto in cui ci siamo imbattuti. Alla fine questo è ciò che ci fa sopportare tutti gli altri tipi di qualità che in realtà non sono tali, ciò che ci può far avvicinare di più alla felicità e che ci fa stare davvero bene. È semplice anche se richiede un grande impegno nel raggiungerlo, perché la vita così come la conduciamo oggi riduce molto lo spazio per coltivare la qualità delle relazioni.

Allora mi è venuta in mente la «qualità delle nazioni», tradizionalmente misurata con il PIL, e cercando su internet ho trovato il discorso di Bob Kennedy sul PIL ed il benessere di una nazione; eccolo.

«Non troveremo mai un fine per la nazione né una nostra personale soddisfazione nel mero perseguimento del benessere economico, nell'ammassare senza fine beni terreni.

«Non possiamo misurare lo spirito nazionale sulla base dell'indice Dow-Jones, né i successi del paese sulla base del prodotto interno lordo. Il PIL comprende anche l'inquinamento dell'aria... e la pubblicità delle sigarette, e le ambulanze per sgombrare le nostre autostrade dalle carneficine dei fine-settimana.

«Il PIL mette nel conto le serrature speciali per le nostre porte di casa, e le prigioni per coloro che cercano di forzarle. Comprende programmi televisivi che valorizzano la violenza per vendere prodotti violenti ai nostri bambini. Cresce con la produzione di napalm, missili e testate nucleari, si accresce con gli equipaggiamenti che la polizia usa per sedare le rivolte, e non fa che aumentare quando sulle loro ceneri si ricostruiscono i bassifondi popolari.

«Il PIL non tiene conto della salute delle nostre famiglie, della qualità della loro educazione o della gioia dei loro momenti di svago. Non comprende la bellezza della nostra poesia, la solidità dei valori familiari, l'intelligenza del nostro dibattere. Il PIL non misura né la nostra arguzia né il nostro coraggio, né la nostra saggezza né la nostra conoscenza, né la nostra compassione, né la devozione al nostro paese. Misura tutto, in breve, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta.

Può dirci tutto sull'America, ma non se possiamo essere orgogliosi di essere americani.»

Io aggiungerei, che il PIL può dirci tutto sull'uomo, ma non se possiamo dire di essere orgogliosi di essere esseri intelligenti, visto quanto spreco facciamo di questo dono che la natura ci ha dato.

Come azzerare la qualità. Una proposta di legge contro l'eccellenza del riso *made in Italy*

Angelo Ballabio e Nicola Tagliabue

Il caso

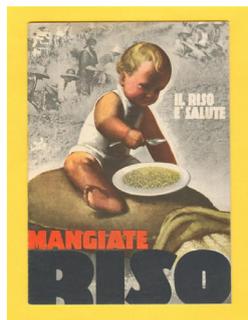
In Italia esiste una proposta di legge dal titolo «Nuova disciplina del commercio interno del riso» approvata dalla Camera il 24 novembre 2009 e non ancora approvata dal Senato, che – in sintesi – consente di «mischiare» le 147 varietà di riso presenti sul territorio sulla base delle caratteristiche del chicco: riso tondo, medio e lungo.

L'articolo 3 riconduce infatti la classificazione del riso ai citati tre gruppi, sulla base dei parametri biometrici del chicco (cioè delle sue caratteristiche dimensionali) previsti dalle norme comunitarie. L'art. 1 stabilisce le definizioni del prodotto riso, sulla base della lavorazione o del trattamento subito: riso greggio, integrale, il *parboiled*, il riso ceroso e quello aromatico, pigmentato od ostigliato.

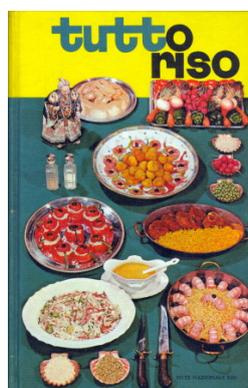
Il testo di legge approvato dalla Camera (su proposta dell'on. Roberto Rosso del PdL) non piace a nessuno, al punto che tutte le parti interessate sperano sia rivisto al Senato. Del resto non potrebbe essere diversamente: questo è il risultato che si raggiunge quando la politica vuole accontentare tutti. Per fare passare il testo alla Camera sono state introdotte modifiche ambigue – che riducono solo apparentemente la possibilità di fare «mischietto» – per alcune varietà più nobili e storiche come il Carnaroli e l'Arborio.



Manifesto del film *Riso amaro* (1959) di Giuseppe De Santis



Pubblicità degli anni '30 dell'Ente Nazionale Risi



Tutto Riso, suggerimenti per una cucina a base di riso pubblicati dall'Ente Nazionale Risi, Milano, 1964



Pubblicità degli anni '50 dell'Ente Nazionale Risi

Ma vediamo gli schieramenti contrapposti a favore e contro questo provvedimento. A favore sono sostanzialmente l'industria ed i grandi produttori:

- Associazione Industrie Risiere Italiane – AIRI (colossi dell'agroalimentare come Scotti, Gallo, Curti, Euricom, Mundi Riso del Gruppo spagnolo Ebro, ecc.);
- Confagricoltura;
- Confederazione Italiana Agricoltori;
- Ente Nazionale Risi.

Contrari i piccoli e medi produttori:

- Coldiretti;
- Confartigianato;
- Consorzio tutela varietà tipiche di riso italiano;
- Consorzio Vialone nano.

I più contrari all'attuale testo sono comunque gli agricoltori e gli artigiani del Consorzio di tutela varietà tipiche: contestano l'avvio di pratiche che potrebbero colpire a morte l'attuale presenza di più varietà invece di farne un punto di forza ed eccellenza sui mercati internazionali.

Per il più importante dei risi, il Carnaroli, si è poi giunti a ipotizzare una doppia classificazione che sembra fatta apposta per truffare il consumatore: Carnaroli speciale e Carnaroli grezzo. La prima tipologia non può essere confusa o mischiata con altre, mentre con la seconda l'industria di trasformazione ha la possibilità di aggiungere nella stessa confezione Karnak o Carnise, varietà biometricamente simili al Carnaroli. Va sottolineato che il Carnaroli tiene meglio la cottura, è povero di amido, non è colloso e possiede ottime caratteristiche organolettiche; il Karnak ed il Carnise posseggono tali caratteristiche ad un minore livello, ma sono più semplici da coltivare, hanno produzioni per ettaro nettamente superiori, e pertanto un prezzo alla produzione potenzialmente inferiore.

Inoltre il testo in esame al Senato non tutela neanche quei consumatori convinti di assaporare Arborio e che invece mangiano Volano. Infatti, mentre l'Arborio è uno dei risi italiani più tradizionali e famosi al mondo, il Volano, pur essendo coltivato da molti anni, è conosciuto esclusivamente come surrogato dell'Arborio. Inoltre Arborio e Volano sono solo apparentemente simili ma in concreto hanno molte diversità. L'Arborio grazie alle sue peculiarità è molto conosciuto anche a livello internazionale; il Volano invece, non ha un «nome» altrettanto conosciuto, presenta scarse caratteristiche organolettiche, ma è più produttivo ed ha una maggior resa alla lavorazione. In sintesi, se passa la proposta di legge, l'industria del riso potrà comprare indifferentemente Arborio (1.400 ettari coltivati) o Volano (16.000 ettari coltivati), ed etichettarlo tutto come Arborio, con un conseguente ampio incremento dei profitti a scapito della qualità e quindi dei consumatori.

Ovviamente questa proposta di legge è mirata all'omologazione, cioè alla perdita di identità, anche nei confronti delle altre varietà: sembra proprio che all'industria non interessi perdere Vialone nano, Arborio, Roma, S. Andrea, Baldo, ecc.

Il Consorzio di tutela varietà tipiche di riso italiano, il Consorzio Vialone nano e la Confartigianato confermano per parte loro la ferma decisione di continuare a lottare per ottenere delle modifiche al disegno di legge che rispettino gli sforzi della filiera risicola, tesi a garantire al consumatore un prodotto italiano e la purezza delle varietà storiche. Questo un commento del Consorzio di tutela: «Questa proposta danneggia veramente un'immagine conquistata a fatica dai nostri risicoltori [...] e dimostra quanto grandi ed evidenti sono gli interessi delle Associazioni degli industriali che non vogliono mollare l'osso. [...] Abbiamo provveduto ad inoltrare al Ministro Zaia degli emendamenti studiati per arrivare a un disegno di legge che non faccia cadere nel ridicolo la risicoltura italiana».

Si comprende bene che la proposta di legge è in antitesi con le politiche agroalimentari italiane che rafforzano la biodiversità, proteggono la tipicità dei prodotti e delle tradizioni alimentari, ed in verità risponde ad un gioco utile solo all'industria ma non alla ristorazione italiana e ai consumatori interessati invece a prodotti di qualità. Né convince quanto afferma l'on. Roberto Rosso a sostegno della sua proposta: «il disegno di legge si è reso necessario per rispondere alle pressanti esigenze della filiera interessata all'aggiornamento dei criteri di riconoscimento, conseguente alle forme di etichettatura delle molteplici varietà di riso coltivate in Italia. I nuovi criteri sono stati definiti dagli esperti del settore, e risultano ancorati a principi di trasparenza e di oggettività, nel rispetto dei parametri posti dalla normativa comunitaria di settore; ciò comporterà un positivo riscontro sia nella fase commerciale del prodotto sia nella fase di orientamento dei programmi di miglioramento genetico, che sono predisposti dalle autorità competenti, al fine di correlare le sempre più specifiche richieste del consumatore al mondo della produzione».

I numeri

Il riso rappresenta per oltre la metà della popolazione del mondo la base essenziale dell'alimentazione. La produzione mondiale è di 480 Mt (milioni di tonnellate); l'Italia con 1,50 Mt rappresenta il principale produttore europeo ed il ventisettesimo a livello mondiale. Solamente il 4% della produzione mondiale è interessata al commercio internazionale: l'Europa deve importare il 40% dei suoi consumi e l'Italia ha un saldo *export/import* in attivo di 0,44 Mt pari a 234 milioni di Euro.



Campagna del 1971 promossa dal Rice Council of America: «Mio marito ama qualcosa di insolito di tanto in tanto. Per questo gli preparo del riso»

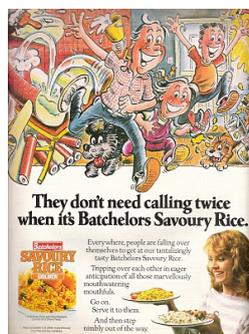


Campagna del 1971 promossa dal Rice Council of America: «Perché invece non dargli un po' di riso, stasera?»

did you ever see
a fat Chinese?



Publicità del 1967 del Rice Council of America: «Avete mai visto un cinese grasso?»



Publicità del 1985 della Bachelors Savoury Rice: «Non bisogna chiamarli due volte quando c'è Bachelors Savoury Rice»



Publicità americana della fine degli anni '50 per il parboiled Minute™ Rice: «Nuova rivoluzionaria ricetta! In soli 18 minuti!»

Paesi	Sup. coltivata (Mha)	Prod 2011 (Mt)*	Principali varietà
Cina	27,40	140,00	1
India	44,00	97,00	2
Indonesia	11,60	42,54	1
Bangladesh	11,10	31,23	1
Vietnam	7,44	25,40	2
Thailandia	11,00	20,70	3
Birmania	5,60	17,97	1
Filippine	4,10	10,80	1
Brasile	3,16	7,90	2
Giappone	1,68	7,70	2
Stati Uniti d'America	1,21	7,41	10
Pakistan	2,21	5,56	1
Corea del Sud	1,01	4,98	1
Egitto	0,62	4,76	1
Italia	0,22	1,23	24

* In corsivo sono riportati i valori ottenuti proporzionalmente rispetto alla produzione 2005

Il fatturato italiano ammonta a circa 1 miliardo di Euro; si stima che oltre metà di questo fatturato sia realizzato dalle cinque maggiori industrie risiere (Scotti, Gallo, Curti, Euricom, Mundi Riso, ecc.).

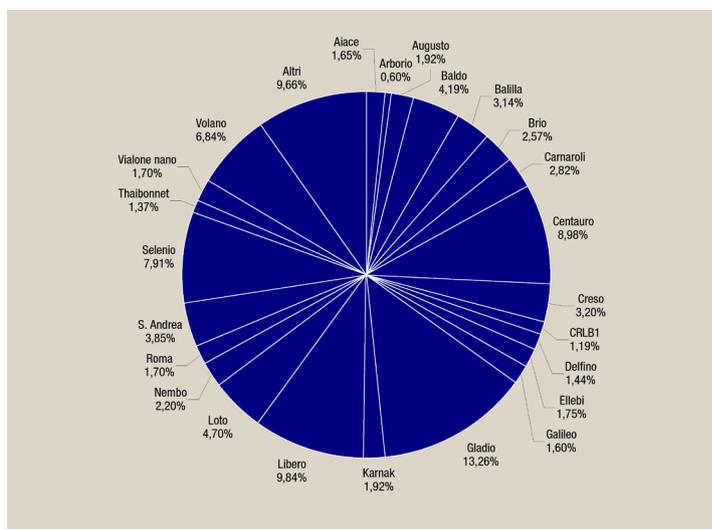


Fig. 1. Ripartizione percentuale delle varietà risicole coltivate in Italia nel 2009

In Italia sono coltivate 147 varietà di riso, delle quali 126 iscritte al registro nazionale. La classificazione delle principali secondo la legge del 1958 (tuttora vigente) è riportata nella tabella seguente.

Varietà	Aspetto	Cottura	Denominazioni*
Comune (oggi commercializzato come <i>Tondo</i>)	chicchi piccoli e tondi	12'-13'	- Balilla - Brio - Centauro - Selenio
Semifino (oggi commercializzato come <i>Medio</i>)	chicchi tondi di media lunghezza	12'-15'	- Vialone nano
Fino (oggi commercializzato come <i>Lungo A</i>)	chicchi affusolati e semiaffusolati	14'-16'	- Aiace - Augusto - Creso - Delfino - Loto - Nembo - S. Andrea
Superfino (oggi commercializzato come <i>Lungo A</i>)	chicchi grossi lunghi e molto lunghi	16'-18'	- Arborio - Baldo - Carnaroli - Galileo - Karnak - Roma - Volano
<i>Lungo B</i>	chicchi affusolati e molto lunghi	12'-14'	- CRLB1 - Ellebi - Gladio - Libero - Thaibonnet

* In corsivo le varietà introdotte dopo il 1958, in grassetto quelle a più diffusa commercializzazione (anno 2009)

Considerazioni sulla qualità

1. Non si comprende perché per il vino si cerca di esaltare le peculiarità e per il riso invece si cerca di nasconderle, uniformando tutto per inspiegabili ragioni commerciali: sarebbe come mischiare il Barolo al Lambrusco (e venderlo poi come «Barusco») solo perché gli acini di Nebbiolo e Lambrusco hanno caratteristiche biometriche simili.

2. La proposta di legge non è corretta nei confronti dei consumatori, che se comprano Arborio o Carnaroli devono avere garantita la purezza della varietà e non, a loro insaputa, un surrogato. Non è corretta neanche nei confronti dei tenaci produttori delle varietà più apprezzate dai consumatori e utilizzate dai grandi *chef*, il cui mercato verrebbe surclassato e condizionato dall'ingente offerta di prodotti impuri, che ne farebbe abbassare notevolmente le quotazioni.

3. Nell'*iter* di preparazione della legge c'è inoltre un aspetto poco democratico, anzi prevaricatore: il promotore della legge afferma che tutta



Publicità americana del 1985 per il parboiled Minute™ Rice: «Gustoso. Facile. Di soddisfazione. E meno di 350 calorie!»



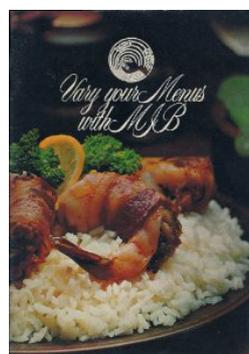
Publicità americana del 1958 per il parboiled Minute™ Rice: «Due nuove scorciatoie per un pasto delizioso in pochi minuti» (il testo propone una ricetta di riso al tonno gratinato con salsa al formaggio)



Publicità del 1960 per il parboiled MJB Quick Rice: «Magie vegetariane»



Publicità del 1956 per il parboiled MJB Quick Rice: «Immaginate un piatto come questo in soli 10 minuti!»



Vary Your Menus, ricettario del 1965 della MJB Kitchens

la filiera del riso è stata interpellata per arrivare al documento portato alla Commissione Agricoltura della Camera. Invece, come si evince da un comunicato stampa della Confartigianato, «le riserie artigiane non sono state affatto informate nonostante siano numericamente maggiori di quelle industriali [circa 120 artigiani contro una trentina di soci AIRI, di cui quattro grandi industrie, n.d.r.] e hanno sempre fatto della tutela della varietà e della lavorazione artigianale i loro cavalli di battaglia». Come se non bastasse, anche il presidente del Consorzio di tutela varietà tipiche conferma che «neppure al Consorzio è mai arrivata una convocazione a qualche tavolo politico od istituzionale». D'altronde, visti i «numeri» sopra citati, è ben visibile la posizione dominante sul mercato assunta dalle maggiori industrie risiere italiane.

4. A proposito degli interessi sottesi alla proposta di legge in argomento, il garante Catricalà – temendo infiltrazioni mafiose e trame politiche – ha aperto un'inchiesta sul cartello del riso per individuare l'«economia criminale»* che vuole mettere le mani sul mercato del riso. Con riferimento alla riduzione delle aziende risicole nel decennio 1982 – 2001 (- 44%) illustrata nella figura 2, si può pensare che sia proprio il gigantismo delle dimensioni aziendali a scapito delle imprese artigiane una delle cause dei fenomeni analizzati, caratterizzati da un sostanziale disinteresse verso la qualità.

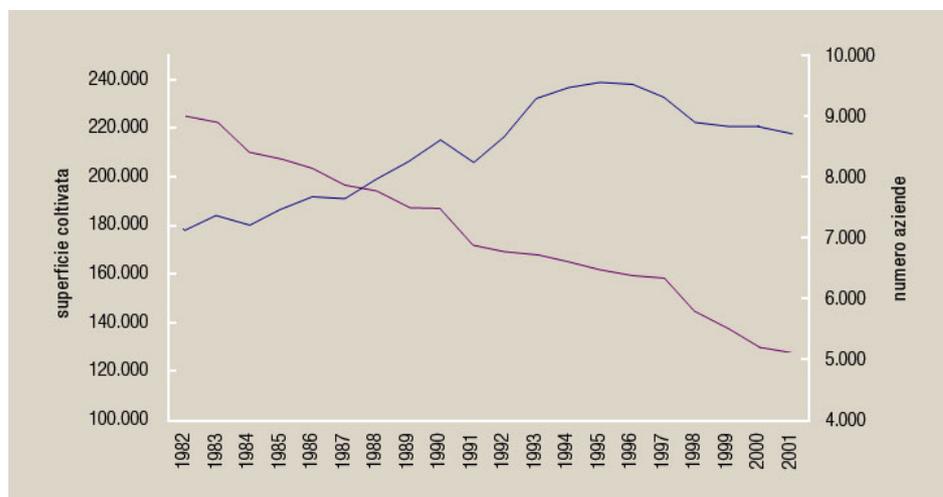


Fig. 2. Superficie seminata e numero delle aziende risicole (1982-2001). Nei 20 anni considerati l'incremento della superficie seminata è stato del 22%, con una correlata riduzione del numero di aziende pari al 44%. Con una proiezione lo stesso andamento otterremmo oggi una riduzione del 66% circa.

5. Citiamo una considerazione di Luciano Bergesio, esperto piemontese di sicurezza alimentare e ed eubiotica: «Voglio solo ricordare alle autorità italiane e alle varie organizzazioni e associazioni di categoria che a nulla serve fare battaglie sulla rintracciabilità dei prodotti italiani (il parmigiano italiano, il suino italiano, la verdura italiana, il vino italiano, la pasta italiana, ...) contro le taroccatore estere in difesa del nostro prodotto

* Cfr. R. CORSINI, *Il garante Catricalà apre un'inchiesta sul cartello del riso*, su «Corsera Magazine», 3 giugno 2010.

nazionale, se poi, di fronte ad una *lobby* qualsiasi che probabilmente vuole mescolare il riso italiano con quello dell'est ed ingannare il consumatore, cediamo il passo e con una legge italiana permettiamo la *tarocatura* [...] Il consumatore non se lo merita».

6. Infine un commento sulla proposta di legge in argomento da parte di Carlo Petrini, presidente di Slow Food: «In un mondo che sempre più chiede le specificità e l'esaltazione delle differenze, noi facciamo una legge per dire che la qualità del riso si ricerca con misurazioni, per decidere quali qualità si possano assemblare, come in officina. Contesto questa standardizzazione. E lo faccio perché mi sembra una proposta che va contro il mercato. [...] Soprattutto questa mi sembra una scelta di *marketing* del tutto errata».

Proposte di soluzione

Avremo modo di dibattere su quali potrebbero essere le più efficaci vie d'uscita al sostanziale azzeramento della qualità che si determinerebbe con l'approvazione di questa proposta di legge: si andrebbe a mortificare la produzione, e con questa la commercializzazione di una risorsa agroalimentare che vede ora l'Italia primo produttore ed esportatore in Europa e, per ora, *leader* per l'eccellenza qualitativa delle svariate e pregiate varietà. Le associazioni industriali ed il legislatore dovrebbero invece fare un ragionamento più approfondito, avendo presente quanto la miscelazione andrebbe ad impoverire le potenzialità del prodotto e della commercializzazione di varietà pure e di qualità. Perché non investire sulle varietà in purezza interpretandole come un'opportunità anziché come una minaccia (a chi poi)? Questo sarebbe il momento giusto, anche sotto l'aspetto culturale, visto che il messaggio della difesa della biodiversità conquista sempre maggiori consensi da parte del pubblico dei consumatori.

Perché non si prende esempio dalla filiera del vino? Esistono 300 tipi di vini DOC in Italia e con questi siamo diventati, proprio lo scorso anno, il maggior produttore ed esportatore di vino del mondo, sorpassando la Francia. Perché non si investe sull'eccellenza del riso *made in Italy*? Si potrebbe, anche per il riso, diffondere nel mondo la cultura del «marchio di origine» utilizzato per designare prodotti di qualità e rinomati, le cui caratteristiche sono connesse alle specifiche varietà coltivate in circoscritti terreni vocati ed ai fattori umani e culturali, con disciplinari di produzione approvati – questi sì – con legge dello Stato.

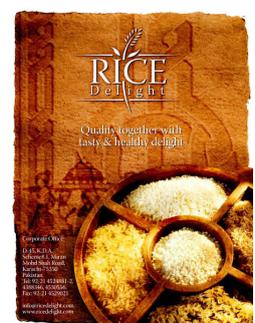
Lasciamo al dibattito la discussione e l'approfondimento.



Pubblicità della GoRice! di Hong Kong



Pubblicità del riso Khimji prodotto in Oman



Pubblicità della pakistana Rice Delight

dal dibattito

STEFANO PERINI: Secondo me questa storia del riso è molto significativa per il discorso sulla qualità, perché come è stato detto prima le varietà italiane sono eccellenti per il risotto. Ma questo vuol dire che non si apprezzano in sè, ma per la preparazione per la quale le si utilizza. Voglio dire: se i consumatori non sanno andare al di là del riso bollito, cosa può importare loro delle decine di varietà pregiate che produciamo in Italia?

NICOLA TAGLIABUE: Ah certo, la competenza del consumatore è fondamentale, perché se questi nemmeno si rende conto della qualità non la potrà mai apprezzare (e quindi pagarla). E questo non riguarda per forza i mercati esteri: in passato veniva pubblicizzato un numero maggiore di varietà di riso, mentre oggi ne sono presenti molte meno. Questo perché il consumatore è spinto sempre meno a leggere l'etichetta, e quindi a riconoscere le qualità di quel che compra, e a soffermarsi invece sui marchi, sui nomi commerciali che sono stati dati al prodotto, o alle tipologie di lavorazioni. Prima è emerso che alcuni pensavano che il *parboiled* fosse una varietà di riso, anziché un tipo di lavorazione, eppure mi sembra che noi tutti qui siamo persone attente alla qualità...

ALFREDO QUAZZO: Bisognerebbe fare come per il vino.

NICOLA TAGLIABUE: Sì, anche con Angelo [Ballabio] se ne discuteva. Nel settore vitivinicolo la cultura di produzione è molto cambiata negli ultimi 15 anni, ed ha ottenuto una maggior qualità «oggettiva» dei prodotti. Cioè una qualità che sta venendo sempre più riconosciuta dai consumatori.

STEFANO PERINI: Ma siamo sempre lì: per il vino basta stappare la bottiglia e si beve; il riso invece bisogna prepararlo, ed essere capaci. Secondo me bisognerebbe prima concentrarsi sulla «esportazione del risotto» e poi pensare ad esportare il riso che saprebbe valorizzarne la qualità.

ALFRDO QUAZZO: In questo senso la pubblicità e la comunicazione dei *media* influenzano questo riconoscimento: il *marketing* si impone sul prodotto e sulle sue caratteristiche tecniche.

CARLO POLLIO: Scusate, a me suona male quel discorso che prima è emerso sulla concezione americana della qualità, che sarebbe più

democratica rispetto a quella italiana ed europea, che è stata definita «aristocratica». Invece mi sembra che proprio come vediamo con l'esempio del riso, la nostra è una cultura che attinge ad un sapere e ad una tradizione anche popolare, ben lontana da un'idea di aristocrazia.

FRANCO FORZANI: No attenzione, su questo dobbiamo essere molto chiari. Quando io prima parlavo di aristocrazia mi riferivo ad un'idea elitaria della cultura che esiste qui da noi, anche quando non appartiene alle *élite* tradizionali, classiche, all'aristocrazia «storica» propriamente detta. In realtà non esiste alternativa, si ricade sempre nell'antico adagio se «è bello ciò che è bello» o «è bello ciò che piace». Gli americani non hanno dubbi in proposito: ciò che piace (alla maggioranza) deve essere bello per forza. Per noi è il contrario, più qualcosa piace è più la sospettiamo di mediocrità; ma allora se il fondamento del bello non sta nella maggioranza, deve risiedere nel giudizio di un gruppo di persone particolarmente sapienti e illuminate, un'*élite* appunto, un'aristocrazia.

FIORELLO CASI: Non dimentichiamo che il pensiero democratico americano ha prodotto anche un modello filosofico, che è proprio l'Utilitarismo: il vero è l'utile. Per questo la qualità in America si basa sulla quantità, sull'approvazione, mentre in Europa è percepita come nicchia da ricercare e preservare.

DAVIDE STELITANO: Io credo sia importante un discorso che prima è stato appena accennato, cioè il rapporto fra qualità e «tutela delle minoranze». Non c'è dubbio che noi italiani, che siamo i soli nel mondo a fare il risotto, siamo anche i soli che possono apprezzare le migliori varietà di riso da utilizzare. Questo però significa che, se per stare dietro agli interessi delle *lobbies* del riso le colture più dispendiose e pregiate vengono abbandonate, alla fine noi siamo anche i soli a rimetterci. Allora si dovrebbe capire se esiste la possibilità di valorizzare la differenza all'interno di una cultura – enogastronomica, in questo caso – che possa generare ricchezza sia a livello nazionale che internazionale. Competere sui mercati internazionali in termini di quantità per un prodotto italiano, sia esso riso o altro, sarà sempre impossibile, per cui credo che la strada da perseguire sia quella di esportare una cultura, un gusto; come è stato detto: prima esportare il risotto e poi successivamente il riso.

ALFREDO QUAZZO: A proposito di gusto, so che Franco aveva da dirci qualcosa a proposito della qualità nell'arte, per cui passerei a lui la parola per concludere questi ragionamenti.

Significati nulli per accontentare tutti

Franco Forzani

Parlare d'arte in un contesto di qualità assume un significato particolare. Altri prodotti, pensiamo ad esempio a tutta la tecnologia, possono essere valutati in base alla loro efficacia: un prodotto è di maggiore qualità quanto più riesce ad assolvere alla funzione per la quale è stato inventato. Stessa cosa potremmo dire di un farmaco: una medicina di qualità è quella che riesce ad ottenere l'effetto desiderato nel minor tempo possibile, con le minori controindicazioni, ecc. Un'opera d'arte – malaguratamente – non riesce ad emanciparsi dall'unicità del suo solo parametro di valutazione possibile, quello del gusto, ovvero della soggettività assoluta. Poniamoci allora dal punto di vista di un artista che volesse «migliorare la qualità» delle sue opere: che fare? Perfezionare la tecnica? Inseguire la moda del momento? Decrittare i gusti del pubblico? Proviamo a ragionare.

L'arte per l'arte

Téophile Gautier, il grande poeta iniziatore della critica d'arte, talmente importante che Baudelaire gli dedica *I fiori del male*: nel 1850 lui fonda il gruppo artistico del *Parnasse*, gli artisti radunati intorno al tema del «bello», e lancia la parola d'ordine: l'arte serve solo a sé medesima, *l'art est pour l'art*. Prova ne sia che quando l'anno successivo Napoleone III fa il suo colpo di stato e Victor Hugo se ne va in esilio, lui gli risponde nel '52 con un libricino estremamente significativo, una raccolta di poesie intitolata *Émeaux e camées*, smalti e cammei, poemetti in ottonari che celebrano il garrire delle rondini e i fiori che portano la primavera.



Théophile Gautier (1811-1872) fotografato da Nadar nel 1855



Ritratto di Napoleone III di Franz Xaver Winterthaler



PAUL CÉZANNE, La montagne Sainte-Victoire, olio su tela, 1887



PIERRE-AUGUSTE RENOIR, Les grandes baigneuses, olio su tela, 1887



VINCENT VAN GOGH, I mangiatori di patate, olio su tela, 1885



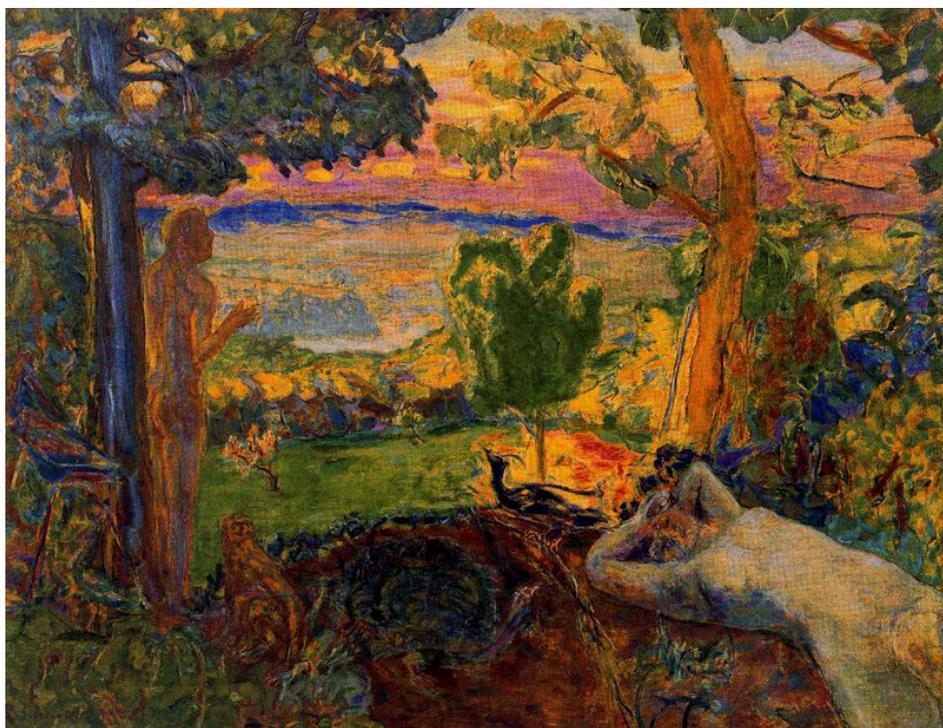
VINCENT VAN GOGH, Iris, olio su tela, 1889



HENRI MATISSE, Luxe, calme et volupté, olio su tela, 1904

Un estetismo avulso da ogni ipotesi sociale di cui era già stato grande e straordinario cantore Degas e che Cézanne declina senza esitazione dopo aver avuto un'infanzia e la gioventù direttamente legata all'impegno di Émile Zola. Negli anni dell'affare Dreyfus lui si dà alla Montagna Sainte-Victoire che replicherà infinite volte per cogliere una luce, una forma, un volume. Renoir scopre il successo di mercato, tanto che dopo il 1881 si metterà a ripetere sempre gli stessi soggetti, già pronti per i coperchi delle nostre scatole di biscotti. E addirittura il più sociale di tutti, il più moralista e il più impegnato a dipingere i mangiatori di patate tristi a casa sua, Vincent van Gogh, quando diventa francese scopre gli equilibri del Giappone, l'estetismo totale della luce di Provenza, e passa ai girasoli ed agli iris.

È il mondo dei *desangagé*, i disimpegnati, il mondo celebrato da uno dei primi dipinti di Matisse nel Sud della Francia: è del 1904, ha come titolo *Luxe, calme e volupté*, e trae la sua origine da una poesia di Baudelaire, di *Spleen et Idéal*, che si chiama *L'invitation au voyage*, l'invito al viaggio, dove il poeta spinge ad andare «là dove tutto è bellezza, / lusso, calma e voluttà». E le cose sono ancora più chiare con Pierre Bonnard, che dipinge *Les paradis terrestre*: è il 1916, i Francesi stanno morendo nelle trincee sul fronte della Marna e dei Vosgi, Céline sta cominciando a concepire il suo *Viaggio al termine della notte*, e lui immagina il paradiso ispirandosi alle delizie perfette di un'estate infinita.



PIERRE BONNARD, Le paradis terrestre, olio su tela, 1916

Anche Picasso, che esce da un periodo «blu» e «rosa» dove ha sentito i drammi della sua prima vita parigina, appena entra in contatto col mondo formale perfetto dell’Africa abbandona anche lui ogni tipo di contenuto, e passerà ad un’arte fine a se stessa. Intendiamoci: Picasso sarà sempre in grado di comunicare l’impegno dei grandi temi (basti pensare a *Guernica*), ma con *Les demoiselles d’Avignon* non fa che far evolvere le bagnanti di Cézanne e Renoir secondo due dei parametri fondamentali di ciò che sarà il XX secolo: la forma perfetta e la lontananza da ogni ipotesi di contenuto. I quadri non devono più avere significato, non sono altro che una festa per gli occhi: la Francia farà un’arte fantastica per 80 anni, bellissima, ma che non vuole dire niente.



GEORG GROSZ, *Die Stützen der Gesellschaft*, olio su tela, 1926

Ben diversa la nascita del Dadaismo al Cabaret Voltaire di Zurigo, che raccoglie nella neutrale Svizzera tutti gli antimilitaristi e i disertori della Prima Guerra Mondiale. Georg Grosz la dice chiara: mentre le città bruciano stampa e finanza hanno escrementi al posto del cervello, una magistratura compiacente copre le violenze degli sgherri del regime ed il militarista che impugna sciabola e bocciale di birra ha una croce uncinata come fermacravatta. Eppure anche qui, quando Ball e Hunzenbeck tornano a Berlino a fondare la cellula del Partito Comunista, Tristan Tzara porta il «suo» Dada a Parigi – perché un movimento artistico «doveva» trasferirsi a Parigi – e in qualche modo lo uccide, o meglio lo trasforma in qualcos’altro che sarà il Surrealismo. Gli artisti tornano ad occuparsi delle



PABLO PICASSO, *La vida*, olio su tela, 1903



PABLO PICASSO, *Les demoiselle d’Avignon*, olio su tela, 1906-1907



PABLO PICASSO, *Rembrandt et Saskia*, olio su tela, 1963



MAX ERNST, *Oedipus Rex*, olio su tela, 1922



Il senatore Joseph McCarthy

loro fantasie oniriche, scoprono gli automatismi dell'arte del sogno e della loro psicanalisi privata, tutti argomenti di cui il pubblico è perfettamente autorizzato ad infischiarci.

Nel secondo dopoguerra quest'arte disimpegnata piacerà moltissimo agli americani: per gli Stati Uniti è molto importante capire cos'è l'Europa ma ad una condizione: che non esprima pensiero. L'arte del disimpegno, l'estetismo teorizzato da Gautier e dagli artisti francesi diventa la versione riletta dall'America della storia complessiva delle avanguardie europee, senza il rischio che contengano un significato, senza il fascismo del Futurismo italiano, senza il comunismo di quello russo, senza il pacifismo anarchico dei dadaisti. L'arte che piacerà al senatore McCarthy e che potrà essere esibita senza rischi nei lussuosi appartamenti di Park Avenue e di Beverly Hills.

E come è possibile ripulire di incrostazione ideologica i traguardi formali che gli europei hanno raggiunto? Come immergere quelle opere in un lavacro lustrale che le purifichi dai drammi, dalle crisi e dalle ansie sedimentate. La risposta la dà Robert Rauschenberg, detto Bob, il massimo eroe della Pop americana: texano, classe 1925, premiato con il Leone d'Oro alla Biennale del 1964, promosso nello stesso anno alla Quadriennale di Kassel, con copertina di «Time» da lui stesso disegnata nel 1976, anno del bicentenario americano, dove fu lui il prescelto per rappresentare le grandi conquiste della nazione. Rauschenberg è la bandiera artistica d'America: elegante sempre, versatile, è passato dalla fotografia alla pittura quasi concettuale, con bianchi e neri monocromi; poi recepisce la Pop, con costruzioni realizzate con materiali di recupero e gesti pittorici vigorosi. Perenne è la sua forza energetica, la dimensione ad alto impatto, e il gusto privo di esitazioni: un'arte senza dubbi e senza contenuti dove tutto è esteticamente perfetto, come l'immagine stessa della migliore modernità, l'immagine di un'America fiduciosa e acritica contrapposta ad un'Europa contorta e obsoleta. Eppure Rauschenberg riprende tecniche e tematiche europee come quelle Kurt Schwitters, il padre della corrente «Merz» nata in Germania alla fine degli anni '10. Il trucco sta nelle dimensioni: Rauschenberg ripropone in versione «Cinemascope» le angosce che i piccoli quadretti della *Merz-bau* concentravano spazi angusti e carichi di ansia, e miracolosamente quegli stessi temi diventano innocui.

È un po' la stessa ricetta di Andy Warhol, dove un'immagine drammaticissima, come quella di un incidente automobilistico con morti e feriti, se viene virata, replicata e spalmata su tutta una parete perde la tragicità del suo contenuto e diventa «arredamento»: il pericolo di ogni dramma viene disinnescato. Da questo punto di vista la strada americana verso l'astrazione è particolarmente significativa, perché per quanto gli Stati Uniti abbiano importato l'astrazione dalla tradizione europea, se la sono sublimata per conto proprio.



ROBERT RAUSCHENBERG, Untitled, 1963



KURT SCHWITTERS, Ohne Titel, 1937



Un'immagine della mostra Maimed in Mexico: The Early Car Crash Photographs of Enrique Metinides, *The Andy Warhol Museum, Pittsburgh, 2010*

E arriviamo allora a Mark Rothko, una sorta di emblema assoluto della pittura statunitense, perché in lui la materia scompare e il suo percorso nulla ha più a che vedere con i percorsi europei. Considerato in giro per il mondo il maggiore artista americano di un'astrazione perfetta che si sviluppa a partire dal 1949, uscendo da una tradizione di figura che lentamente ed inesorabilmente evapora. Nato in Lituania, scappato dai *pogrom* russi verso New York; una carriera inizialmente difficile nella quale racconta l'America dei suoi anni, si forma poi sotto la tutela di un artista americano che sogna le delizie parigine, *Maiden Harry*. Alla fine degli anni '40 si converte all'astrazione, con quadri di un'eleganza assoluta, senza titolo per evitare ogni ipotesi di significato. D'altronde quella è un'America profondamente cambiata dopo il *New Deal*, dopo Faulkner, dopo Steinbeck, dopo la figurazione, un'America che va alla ricerca modernissima di un'arte elegante e formalmente perfetta, perché il contenuto fa paura, e Charlie Chaplin viene cacciato dai cacciatori di streghe, che temono le sue simpatie socialiste.

Rothko, artista perfetto per alcuni, artista che essendo stato protagonista del banale fino a cinquant'anni forse rimase tale anche dopo, sembrerebbe rappresentare la massima legittimazione culturale al superamento della figura. Artista ansioso e etilico che chiuse la vita sua e del suo esperimento creativo col suicidio nel 1970, tagliandosi le vene nel suo studio dopo aver realizzato le opere più mistiche. Un disagio sedimentato nel progressivo svuotamento dei contenuti delle sue opere perseguendo la costante volontà di piacere a tutti. E le case d'asta testimoniano il fatto: nel 2009 Sotheby's dichiara di aver venduto il quadro di Mark Rothko di



MARK ROTHKO, *Entrance to Subway, olio su tela, 1938*



MARK ROTHKO, *New Forms, olio su tela, 1949*



MARK ROTHKO, *Untitled, olio su tela, 1952-53*



MARK ROTHKO, *n. 5 / n. 22, olio su tela, 1949-50*



MARK ROTHKO, *Black on Maroon, olio su tela, 1959*

proprietà di David Rockefeller per 72 milioni di dollari (più spiccioli). Di Christie's basta il comunicato stampa «Top Ten Prices in Postwar Contemporary Art at Christie's: Andy Warhol 71 ML, Andy Warhol 28 ML, De Koonig 27 ML, Rothko 26, Rothko 22...»



MARK ROTHKO, Untitled, olio su tela, 1964