

# Encountering Entrepreneurs. An Ethnography of the Construction Business in the North of Italy

Michele Filippo Fontefrancesco (recensione)

|   |  |
|---|--|
|  | <h2>Narrare i gruppi</h2> <p><i>Etnografia dell'interazione quotidiana, prospettive cliniche e sociali, design</i> - vol. 15, n° 2, dicembre 2020</p> <p>ISSN: 2281-8960</p> |
|---|--|

Rivista semestrale pubblicata on-line dal 2006 - website: [www.narrareigruppi.it](http://www.narrareigruppi.it)

|  |  |
|--|--|
| Titolo completo dell'articolo  |  |
| <b>Encountering Entrepreneurs. An Ethnography of the Construction Business in the North of Italy</b>   |  |
| Autore   | Ente di appartenenza   |
| <b>Michele Filippo Fontefrancesco</b>  | Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo Bra (CN) |
| Pagine 293-296   | Pubblicato on-line il 20 luglio 2020                                 |
| Cita così l'articolo   |  |
| <b>Fontefrancesco, M.F.</b> (2020). <i>Encountering Entrepreneurs. An Ethnography of the Construction Business in the North of Italy</i> . Recensione. In <i>Narrare i Gruppi, Latest</i> - luglio 2020, pp. 01-04 - website: <a href="http://www.narrareigruppi.it">www.narrareigruppi.it</a> |  |

#### IMPORTANTE PER IL MESSAGGIO CHE CONTIENE.

Questo articolo può essere utilizzato solo per la ricerca, l'insegnamento e lo studio privato. Qualsiasi riproduzione sostanziale o sistematica, o la distribuzione a pagamento, in qualsiasi forma, è espressamente vietata. L'editore non è responsabile per qualsiasi perdita, pretese, procedure, richiesta di costi o danni derivante da qualsiasi causa, direttamente o indirettamente in relazione all'uso di questo materiale.

## recensione

***Encountering Entrepreneurs. An Ethnography of the Construction Business in the North of Italy***, di Elena Sischarenco, 2019. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars. ISBN: 1-5275-2819-7.

Il volume di Sischarenco aggiunge un nuovo tassello all'articolato dibattito che ha coinvolto la disciplina nell'analisi delle moderne forme economiche e di impresa a partire dai pionieristici lavori americani degli anni Trenta del Novecento, mirati allo studio dell'organizzazione aziendale, e all'impegno dell'antropologia britannica nello sviluppo industriale tanto in madrepatria quanto nei territori coloniali ([Baba, 2006](#); [Papa, 1999](#)). Laddove molta produzione antropologica si è concentrata a dar voce al mondo dei lavoratori impiegati nell'industria (e.g. [Mollona, Neve, & Parry, 2009](#)), il volume offre un interessante sguardo su di una realtà meno esplorata, ovvero sulla realtà antropologica dell'essere imprenditore. In particolare, il contributo di Sischarenco si sviluppa come un'etnografia dell'imprenditoria intesa quale esplorazione dell'esperienza che si lega all'essere ed essere riconosciuti quali imprenditori.

Sischarenco sviluppa la sua riflessione sulla base della sua esperienza di campo maturata in Italia, nell'arco di un anno tra il 2013 e il 2014, osservando la realtà dell'imprenditoria edile in Lombardia, in un frangente storico particolare segnato dall'incertezza data dall'impatto della crisi del 2008 e dall'accelerazione data dallo sviluppo delle strutture milanesi legate ad Expo 2015. L'etnografia si legge come una chiara messa in discussione dell'immagine, resa celebre da Mill ([2009](#)) a metà Ottocento, dell'imprenditore quale attore razionale impegnato nel negoziare precari equilibri alla ricerca dell'ottimale uso dei fattori di produzione, riuscendo a evidenziare la profonda natura umana dell'esperienza di impresa.

Globalmente il volume presenta l'esperienza imprenditoriale volendo restituire la sua complessità e resistendo apertamente ad un riduzionismo interpretativo (pp. 200-201). La struttura dei capitoli riflette questo obiettivo euristico nella misura in cui si sviluppano sostanzialmente come narrazioni indipendenti, piani ([Deleuze & Guattari, 1980](#)) interlacciati ma non prioritariamente secondo un

criterio di causalità meccanica. In tal senso, si legge l'influenza che l'antropologia post-moderna, figlia del dibattito aperto da Clifford e Marcus (1986), ha sullo sviluppo di quest'etnografia. Quest'influenza è ancora più chiara ed identificabile se si guarda alla specifica strategia stilistica scelta dall'autrice nella presentazione dei dati di campo, basata sulla distinzione di livelli differenti di narrazione in cui le note del campo sono presentate al lettore in appositi riquadri giustapposti al commento antropologico: un espediente che ricorda da vicino esperienze quali quelle dell'antropografia di Panourgia (1995).

*Encountering Entrepreneurs* tratteggia la figura dell'imprenditore approfondendo quattro aspetti fondamentali di quest'esperienza: la capacità di acquisire ed utilizzare informazioni nell'ottica della prefigurazione delle dinamiche di mercato (pp. 22-55), il ruolo della fiducia verso clienti, colleghi e lavoratori ed i processi interazionali alla base di questo affetto (pp. 56-96), la costruzione dell'identità e la consapevolezza d'essere imprenditore sospesa da appartenenza di gruppo ed individualismo spiccato (pp.97-126), quindi la fragilità legate alla gestione dell'incertezza e del rischio (pp. 127-155). Il narrato e l'analisi etnografica pongono al centro dell'attenzione le inevitabili contraddizioni vissute nel quotidiano dagli impresari lombardi, di fatto problematizzando l'immagine dell'imprenditore quale post-moderno eroe di sicurezza e determinazione. Il volume riesce a dare profondità umana a questo ruolo sociale ed economico, ancora troppo spesso appiattito a quello del decisore privato inserito in un orizzonte sociale segnato dall'iniquo accesso alle informazioni ed alle conoscenze (Casson, 2003). Laddove il dibattito economico ha teso a leggere l'imprenditore quale attore all'interno di un campo preesistente e dato, ovvero quello del mercato, l'ultimo capitolo marca il netto superamento di quest'accezione sostanzialmente passiva. Approfondendo la dialettica tra amministrazioni pubbliche e imprese private nell'organizzazione e gestione degli appalti, quindi interrogandosi sul ruolo giocato dalla corruzione in questo processo, l'autrice mette, infatti, chiaramente in evidenza la proattività della figura dell'imprenditore ed in particolare il suo quotidiano sforzo volto alla continua creazione e partecipazione al mercato: un lavoro prima di tutto sociale e culturale, di interazione, necessario per garantire la sopravvivenza stessa dell'impresa.

Il volume offre spunti interessanti per riflettere sul significato dell'esperienza imprenditoriale, in particolare nel senso della restituzione e concettualizzazione della complessità di un ruolo sociale. In tal senso, apre futuri approfondimenti volti a meglio dettagliare aspetti accennati nel volume, quali il nesso tra genere e forme di esperienza della realtà imprenditoriale ovvero il nesso tra cambiamento sociale e cambiamento dell'esperienza stessa. Inoltre, riesce a dare un contributo

inedito esplorando un settore produttivo, come quello dell'edilizia, limitatamente esplorato dalla disciplina (e.g. [Marchand, 2001](#); [Marchand, 2009](#); [Yarrow & Jones, 2014](#)), aggiungendo una voce alla più ampia riflessione circa la realtà della crisi economica italiana ed il suo impatto economico ([D'Aloisio & Ghezzi, 2016](#)), a dispetto del marginale sguardo al dibattito italiano dato dall'autrice. Complessivamente, *Encountering Entrepreneurs* può leggersi come un primo passo in un percorso di ricerca fruttuoso, atto a riconcettualizzare più compiutamente cosa voglia dire essere imprenditori, andando oltre a semplici slogan, abusati preconcetti e semplificazioni figlie anche dello stesso pensiero economico presente.

### Bibliografia

- Baba, M. L. (2006). Anthropology and Business. In H. James Birx (Ed.), *Encyclopedia of Anthropology* (pp. 83-117). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Casson, M. (2003). *The entrepreneur : an economic theory* (2nd ed. ed.). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Clifford, J., & Marcus, G. E. (1986). *Writing culture : the poetics and politics of ethnography*. Berkeley: University of California Press.
- D'Aloisio, F., & Ghezzi, S. (Eds.). (2016). *Antropologia della crisi. Prospettive etnografiche sulle trasformazioni del lavoro e dell'impresa in Italia*. Torino: L'Harmattan Italia.
- Deleuze, G., & Guattari, F. I. (1980). *Mille plateaux*. Paris: Éditions de minuit.
- Marchand, T. H. J. (2001). *Minaret building and apprenticeship in Yemen*. Richmond: Curzon.
- Marchand, T. H. J. (2009). *The Masons of Djenné*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Mills, J. S. (2009). *Principles of Political Economy*. Salt Lake City, UT: Project Gutenberg Literary Archive Foundation.
- Mollona, M., Neve, G. d., & Parry, J. P. (2009). *Industrial work and life : an anthropological reader*. Oxford: Berg.
- Panourgia, E. N. K. (1995). *Fragments of death, fables of identity : an Athenian anthropography*. Madison, Wis. ; London: University of Wisconsin Press.
- Papa, C. (1999). *Antropologia dell'impresa*. Milano: Guerini.
- Yarrow, T., & Jones, S. (2014). 'Stone is stone': engagement and detachment in the craft of conservation masonry. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 20, 256-275.