

*****ABSTRACT

L'associazionismo imprenditoriale a Milano (1870-1920)

Il saggio analizza l'evoluzione della dimensione associativa del mondo imprenditoriale milanese dall'Unificazione nazionale agli anni successivi alla prima guerra mondiale e i suoi rapporti con la Camera di commercio cittadina. Essa fu caratterizzata da una prima fase, durante la quale l'economia milanese era orientata in direzione prevalentemente commerciale, e da una seconda fase, iniziata grosso modo a fine Ottocento, che fu invece contraddistinta dall'affermazione sulla scena economica locale di componenti più decisamente industriali. Durante la prima fase il mondo dell'imprenditoria locale elaborò attraverso le proprie associazioni una identità fortemente ancorata all'idea dell'indipendenza dell'economia e dei suoi valori rispetto alla politica e alle istituzioni statali e sostenne un punto di vista prevalentemente liberista. Fu in quest'epoca che prese forma il mito di Milano come capitale morale dell'Italia, contrapposta a Roma, capitale politica e centro della burocrazia statale. Durante la seconda gli imprenditori cittadini cominciarono invece a chiedere con insistenza il sostegno dello Stato per lo sviluppo delle proprie attività. Nel primo decennio del Novecento, inoltre, cominciarono a formarsi in città associazioni imprenditoriali che erano intese come veri e propri sindacati industriali, e che avevano lo scopo di contrapporsi ai sindacati operai nel conflitto di classe.

The business associations in Milan (1870-1920)

The article analyses the evolution of the associative network which involved the Milanese economic world from the Italian Unification until the post First World War years, as well as its relationship with the city Chamber of Commerce. During a first phase the Milanese economy was mostly a commercial one. Then, during a second phase, which began at the end of the Nineteenth Century, it became more and more characterized by the emergence of a truly industrial core. During the first phase the local entrepreneurs shaped through their associations an identity, which was deeply influenced by the idea of the independence of the economy and of its values against the politics and the state institutions, and which resulted in the auspice of free trade oriented legislation. It was in that time that the myth took shape of Milan as the moral capital of the country, opposed to Rome, the pretended center of the political and bureaucratic corruption. During the second phase the city entrepreneurs began conversely to urge the State support in order to develop their own activities. Moreover, in the first decade of the Twentieth Century new associa-

tions were created in Milan, whose organization was that typical of an industrial entrepreneurial trade union. Their goal was that of supporting a class struggle against the workers trade unions.

PAROLE CHIAVE

Milano, Ottocento/Novecento, associazionismo industriale, corporativismo, Camera di commercio, liberalismo.

KEYWORDS

Milan, Nineteenth/Twentieth Centuries, entrepreneurial associations, corporate ideology, Chamber of Commerce, liberalism.

Note biografiche

Marco Meriggi insegna Storia delle Istituzioni politiche presso l'Università di Napoli Federico II. Su temi vicini a quelli analizzati in questo saggio ha scritto *Milano borghese. Circoli ed élites nell'Ottocento* (Marsilio, 1992). Attualmente si occupa anche di World History. Su questo argomento ha scritto, con Laura Di Fiore, *World History. Le nuove rotte della storia* (Laterza, 2011).

E-mail: meriggi@unina.it

Biographical notes

Marco Meriggi is Professor of History of the political Institutions at the University of Naples Federico II. On topics close to the ones analyzed in this article he wrote the book *Milano borghese. Circoli ed élites nell'Ottocento* (Marsilio, 1992). His research interests are now oriented toward the World History. On this theme he wrote, together with Laura Di Fiore, *World History. Le nuove rotte della storia* (Laterza, 2011).

E-mail: meriggi@unina.it

Lo studio delle malattie professionali a Milano nel primo Novecento: i casi delle patologie polmonari e del saturnismo

In questo articolo si vuole evidenziare il particolare approccio teorico usato da Luigi Devoto, e dal gruppo di medici raccolti intorno a lui presso la Clinica del lavoro di Milano, nello studiare le cause e la cura di alcune delle malattie professionali più diffuse tra le classi lavoratrici milanesi agli inizi del Novecento. La nostra attenzione è stata posta qui sulle ricerche relative alle patologie polmonari e al saturnismo, perché attraverso esse si possono comprendere molto bene le metodologie d'indagine messe allora in atto, e nello stesso tempo rilevare le differenze più marcate tra le modalità di studio proprie del gruppo milanese e quelle dei medici di altri centri. Particolarmente rilevante è, nel caso delle malattie

polmonari, la sottovalutazione della peculiarità della silicosi, che fu riconosciuta nella sua specificità solo con un certo ritardo. Diversa fu invece la situazione per l'intossicazione da piombo: qui i risultati ottenuti dalla Clinica del lavoro furono di assoluto rilievo, tanto nel campo delle ricerche svolte nei laboratori, quanto in quello della cultura della prevenzione.

Occupational diseases in Milan in the early Twentieth Century: the cases of lung diseases and lead poisoning

This article aims to point out the particular theoretical approach adopted by Luigi Devoto, and by the physicians gathered around him at the Clinica del lavoro in Milan, in studying the causes and the treatment of some of the most common occupational diseases among the working classes in Milan at the beginning of the Twentieth Century. Our focus was placed on researches related to lung disease and lead poisoning, because through these we can understand very well the methods of investigation carried out at that time, and at the same time we can detect the broad differences between the characteristic approach of the Milan group and that of researchers from other medical centers. It is particularly relevant, in the case of lung disease, the underestimation of the peculiarities of silicosis, which was specifically recognized only with a lag. The situation was different for lead poisoning; here the results obtained by the personnel of the Clinica del lavoro were of great importance, both in the field of research carried out in its laboratories and in that of the prevention culture.

PAROLE CHIAVE

storia della medicina, medicina del lavoro, malattie polmonari, silicosi, intossicazioni da metalli pesanti, saturnismo.

KEYWORDS

history of medicine, occupational medicine , lung diseases, silicosis, heavy metal poisonings , lead poisoning.

Note biografiche

Elio Nenci insegna Storia della Scienza presso l'Università degli Studi di Milano. Si occupa principalmente di storia delle scienze e delle tecniche nel Rinascimento, ma parte dei suoi studi sono dedicati alla storia delle discipline mediche tra fine Ottocento e primi del Novecento, sieroterapia e medicina del lavoro.

E-mail: elio.nenci@unimi.it

Biographical notes

Elio Nenci teaches History of Science at the University of Milan. His main interests are in the history of science and technology in the Renaissance, but part of his

studies are devoted to the history of medical disciplines from the late Nineteenth and early Twentieth Century, serum therapy and occupational medicine.
E-mail: elio.nenci@unimi.it

«Per angusta ad augusta». Agostino Gemelli e la psicologia di guerra (1915-1918)

Il presente saggio ripercorre gli studi relativi alla psicologia del soldato svolti sul fronte della Grande guerra da padre Agostino Gemelli, nella triplice veste di cappellano, medico e direttore del Laboratorio psicofisiologico del Comando supremo dell'esercito. A livello sperimentale, con le ricerche psicofisiologiche sugli aviatori e quelle sull'udito, sul piano individuale con la determinazione di quella fisionomia psichica del combattente che ebbe ampia applicazione sul campo e grazie alle indagini di stampo antropologico e sociologico, come quelle relative al folklore di guerra, Gemelli contribuì a mettere in luce i numerosi risvolti applicativi della psicologia, tracciò con maggior precisione nuove linee di ricerca, rafforzando la crescente autonomia epistemologica e istituzionale della disciplina. La psicologia del soldato, rilevante sia sul piano militare sia su quello scientifico, alimentò e sostenne nella sua dimensione filosofica l'audace progetto di rinnovamento promosso all'interno della Chiesa cattolica dalla corrente neoscolastica, il cui fine ultimo consisteva nel ridefinire la sfera esistenziale dell'uomo moderno attraverso un nuovo percorso pedagogico e culturale.

«Per angusta ad augusta». Agostino Gemelli and War Psychology (1915-1918)

This essay describes the studies concerning the psychology of soldier carried out during the First World War by Father Agostino Gemelli, in his triple role of chaplain, doctor and director of the Psycho-physiological laboratory of the High Command of the Italian Army. Gemelli helped to bring to light the many applicative aspects of Psychology, he traced with more precision new lines of research, strengthening the growing institutional and epistemological autonomy of the discipline with his researches on pilots and on hearing, with the determination of the psychology of the fighters who had wide application on the field and thanks to the investigations on a anthropological and sociological level, such as those relating to the war folklore. In its philosophical dimension, the psychology of soldier fuelled and supported the audacious renewal project promoted within the Catholic Church by the Neo-Scholastic theology, whose current goal was to redefine the modern man's existential dimension through a pedagogic and cultural approach.

PAROLE CHIAVE

prima guerra mondiale, psicologia, psichiatria, Agostino Gemelli, neoscolastica, psicologia del soldato.

KEYWORDS

First World War, history of psychology, history of psychiatry, Agostino Gemelli, Neo-Scholastic, psychology of the soldier

Note biografiche

Dario De Santis è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di psicologia dell'Università degli studi di Milano-Bicocca e collabora con il Centro interdipartimentale di ricerca ASPI (Archivio storico della psicologia italiana) della stessa università. Si occupa di storia della scienza e specialmente di storia delle scienze della mente e attualmente svolge un progetto di ricerca relativo all'esperienza scientifica e personale degli psicologi italiani sul fronte della Grande Guerra.

E-mail: dario.desantis@unimib.it

Biographical notes

Dario De Santis is a research fellow at the Department of Psychology at University of Milano-Bicocca and he collaborates with the Research Centre ASPI (Archivio storico della psicologia italiana – Historical Archive of Italian Psychology) at the same university. He deals with History of sciences of the mind and he currently works on a research project concerning the personal and scientific experience of Italian psychologists during the Great War.

E-mail: dario.desantis@unimib.it

Un pioniere della pubblicità. Renato Zveteremich (1893-1951)

Renato Zveteremich è stato un pubblicitario italiano, noto per avere diretto negli anni Trenta gli uffici sviluppo, vendite e pubblicità della Olivetti. Fautore di un linguaggio grafico moderno, Zveteremich adottò un approccio “umanistico” che influenzerà a lungo lo stile della comunicazione dell’azienda di Ivrea. Entrato in Olivetti nel 1931, in un momento cruciale del piano di espansione voluto da Adriano Olivetti, venne incaricato della direzione artistica del Servizio pubblicità. Sotto la sua guida, l’Ufficio di via Clerici acquisì uno statuto unico nella Milano dell’epoca, caratterizzato da un approccio pluridisciplinare. Influenzato dalla cultura razionalista, Zveteremich fu fra i primi a fare appello a giovani aggiornati sulle istanze delle avanguardie: Munari, Ricas, Schawinsky, Carboni, Veronesi, Melotti, Pintori, Nivola e gli architetti Figini e Pollini. Nel 1938 lasciò la Olivetti e

lavorò come consulente per aziende dei comparti avanzati, chimico e farmaceutico in particolare. Intraprese inoltre un'importante attività di pubblicitista, in cui esprime una visione della comunicazione aziendale largamente in anticipo sui tempi, in cui si fondevano finalità di promozione commerciale e responsabilità sociali. Tale concezione costituirà la cifra caratteristica della grande industria italiana negli anni del boom economico. La prematura scomparsa gli impedì di essere riconosciuto come uno dei più originali intellettuali prestati all'industria, al pari di Sinisgalli, Villani, Weiss, Castellani.

An advertising pioneer. Renato Zveteremich (1893-1951)

Renato Zveteremich was an Italian advertising director, mostly known for being the first art director of Olivetti's Development and Advertising departments in the 1930s. An early proponent of modernism, Zveteremich adopted a "humanistic" approach to advertising, which would leave a long-lasting imprint on the company's communication style. He joined Olivetti in 1931, at a key moment of the expansion plan launched by Adriano Olivetti, and was in charge of the in-house advertising services until 1938. Under his leadership, characterized by a multidisciplinary approach, the offices on via Clerici gained a prestigious status in Milan at the time. Influenced by the rationalist movement in architecture, Zveteremich was among the first to recognize the value of young artists who looked at the European avant-gardes: Munari, Ricas, Schawinsky, Carboni, Veronesi, Melotti, Pintori, Nivola, and architects Figini and Pollini. He eventually left Olivetti to work as a consultant for companies in advanced industry sectors, notably chemical and pharmaceutical. At the same time he undertook an important activity as a publicist; in his writings he expressed a vision of business communication which was largely ahead of its time, in which commercial promotion and social responsibilities were combined. In the post-war "booming" years, this concept will be at the core of the communication strategies of leading Italian industry. Only his untimely death prevented his recognition as one of the most original intellectuals working within industry, alongside Leonardo Sinisgalli, Dino Villani, Ignazio Weiss, and Arrigo Castellani.

PAROLE CHIAVE

Renato Zveteremich, Adriano Olivetti; Milano, anni Trenta, grafica italiana, comunicazione pubblicitaria, modernismo.

KEYWORDS

Renato Zveteremich, Adriano Olivetti, Milan, Thirties, Italian graphics, advertising, modernism.