

La conoscenza riproducibile: l'invenzione della modernità



di Enzo Rullani



Da quando la propagazione della conoscenza replicabile ha superato certe soglie, è cambiato tutto: gli investimenti in conoscenza (generativa) sono, infatti, diventati *convenienti* grazie alla continua espansione del bacino di uso delle conoscenze replicabili. I paesi più dinamici hanno così accresciuto di molto la loro dotazione di conoscenza generativa (scienziati, imprenditori, lavoratori creativi, ambienti aperti e sperimentali), grazie ai redditi derivanti dalle applicazioni in conoscenza replicabile.

Un percorso a tappe, attraverso media differenti

Ma non si è trattato di un processo lineare, privo di mutamenti sostanziali nel corso del suo divenire. Nei due secoli e mezzo che ci separano dalla rivoluzione industriale, l'allargamento del bacino di uso della conoscenza replicabile è avvenuto grazie a diversi media di propagazione, che hanno anche definito percorsi di apprendimento differenti, accrescendo in modo diverso, e complementare, il valore delle conoscenze impiegate. Il mercato è il primo medium di apprendimento che si afferma nel capitalismo dell'800, presidiando, con la sua espansione, la riproduzione allargata delle conoscenze replicabili.

Successivamente, il mercato viene affiancato, nel corso del novecento, dallo sviluppo di grandi organizzazioni (fordismo), che espandono il bacino di ri-uso delle conoscenze proprietarie attraverso la parcellizzazione del lavoro, l'integrazione verticale dei processi e la crescita dei volumi, sotto l'attenta regia di un potere gerarchico sempre più centralizzato. Prende così forma un altro percorso di apprendimento e di valorizzazione delle conoscenze, che in parte è

complementare al mercato, e in parte è concorrente, sostituendolo nella fascia sempre più estesa di relazioni interne alle singole imprese.

Negli ultimi decenni del novecento, a partire dalla crisi del fordismo (anni settanta) emerge un altro medium di propagazione delle conoscenze replicabili: il territorio. In Italia si afferma il capitalismo della piccola impresa e dei distretti industriali, dove la propagazione avviene grazie alla prossimità fisica e alla specializzazione nello stesso settore: le imprese si copiano tra loro, e affidano segmenti sempre più rilevanti della supply chain a specialisti esterni, che possono – nel distretto – fornire la stessa conoscenza a decine o centinaia di clienti, conseguendo le economie di scala (ossia di replicazione) relative.

Oggi, questi tre percorsi di apprendimento/valorizzazione delle conoscenze (mercantile, proprietario e territoriale) forniscono l'ossatura di base del sistema produttivo, alimentando il "motore" della crescita. Ma – dalla crisi e dalla instabilità che l'accompagna – tutti noi capiamo che si tratta di percorsi che stanno arrivando al culmine delle loro possibilità. Dopo di che bisogna pensare ad andare oltre. Finora, la conoscenza è stata replicata grazie a dei "contenitori" materiali che ne hanno permesso il trasferimento e la riproduzione: prima le macchine, poi l'organizzazione proprietaria; infine la prossimità territoriale. Ma oggi contenitori del genere risultano inadeguati per affrontare forme nuove di propagazione, che avvengono lungo la linea della globalizzazione dei mercati e della smaterializzazione del valore. E' difficile deformare i contenitori materiali utilizzati finora (macchine, organizzazione, territorio) per muoversi con agilità nel mondo del globale e dell'immateriale. Le soluzioni più efficienti sono quelle che separano la conoscenza dai suoi vecchi contenitori e la fanno circolare come tale, senza controfigure. Attraverso Internet, ad esempio, nei canali della comunicazione in tempo reale e a distanza.

L'esperienza del conoscere, oltre i contenitori

Ecco la ragione per cui è tornata di attualità la "società della conoscenza". Finora si poteva parlare poco di conoscenza, e concentrare l'attenzione sui contenitori materiali che la rappresentavano. Oggi questi contenitori continuano ad esistere, ma la propagazione delle conoscenze e dunque la generazione di valore passa per altri canali. Canali in cui la conoscenza (astratta) si presenta nella sua forma globale e immateriale. Ci si rende così conto del fatto che le leggi che regolano la produzione di valore tramite la conoscenza sono molto diverse da quelle che possono invece essere applicate alle risorse materiali e anche ai tradizionali "contenitori" (macchine, organizzazione, territorio) che, avendo un forte contenuto materiale, faticano a proporsi come risorse globali e immateriali. Il successo planetario della Apple (dall'iPhone in poi) è frutto, certo, dell'apparecchio materiale di buona fattura e di buone prestazioni, proposto ai consumatori. Ma l'uso che questi ne hanno fatto, e l'apprezzamento che ne è derivato, sono legati alla sempre più rapida propagazione delle conoscenze e dei significati in rete. Cosa che ha consentito ad Apple di rendere utili le sue competenze a qualche milione di consumatori, in pochissimo tempo e con costi tutto sommato limitati (rispetto al valore creato per gli *users*). La sua abilità imprenditoriale si misura nel modo con cui molti fornitori, programmatori, editori e venditori vengono coinvolti, nella

supply chain mondiale; e molti consumatori vengono convinti ad investire nella comprensione e nello sfruttamento attivo delle nuove possibilità, rese disponibili dai dispositivi mobili. Ma lo stesso meccanismo vale per un altro successo planetario, in un campo e in un senso completamente diversi: quello di Slow Food. Anche in questo caso è l'idea che si propaga in modo globale e immateriale, creando una catena di relazioni e di significati molto estesa, anche se poi l'applicazione finale dell'idea Slow Food è fortemente e programmaticamente "materializzata", nel rapporto con le coltivazioni e nel senso che viene dato al consumo finale.

La forza di queste conoscenze che si propagano nella rete della comunicazione sociale senza essere confinate in contenitori materiali troppo rigidi sta nella potenza con cui riescono a sfruttare le straordinarie proprietà della conoscenza come risorsa produttiva. Una risorsa che non è scarsa, perchè non si consuma con l'uso, e che dunque dà il massimo del valore se viene condivisa, sia nella vita privata (famiglia, scuola, comunità), sia nell'esperienza lavorativa (ricerca, relazioni, linguaggi). In questa funzione sociale e relazionale, la conoscenza è una risorsa che può dare forma a quei soggetti collettivi che oggi sono sempre più necessari per regolare e indirizzare gli automatismi impersonali e non-responsabili a cui la modernità ha affidato la nostra vita (la tecnologia, il mercato, il calcolo economico, le procedure astratte, nel norme giuridiche astratte e universali). La conoscenza prodotta dall'immaginazione e propagata dalla comunicazione sociale può, infatti, essere usata per costruire mondi di significati, di legami e di desideri in cui le persone possono scegliere di abitare, apprezzandone la singolarità e la creatività. Ancora una volta, i percorsi di apprendimento stanno cambiando rapidamente. Protetti dagli schemi del sapere convenzionale, e da qualche (occasionale) rendita di posizione, non sempre ce ne accorgiamo.

Profilo dell'autore

Enzo Rullani è docente di Economia della Conoscenza presso la Venice International University di Venezia. E' Presidente del centro Tedis della stessa Università in cui svolge attività di insegnamento e di ricerca sull'economia della conoscenza, sull'evoluzione dei distretti, sulle nuove tecnologie nei settori emergenti. È membro del Comitato Direttivo di "Economia e Politica Industriale" e del Comitato Scientifico di "Stato e Mercato". Ha insegnato presso l'Università di Verona e di Udine. È autore di numerose pubblicazioni tra cui ["Modernità sostenibile. Idee, filiere e servizi per uscire dalla crisi"](#) (Marsilio Editore, 2010), ["Il capitalismo personale"](#) (Carocci, con A. Bonomi, 2005), ["Intelligenza terziaria motore dell'economia"](#) (Franco Angeli, con P. Barbieri, M. Paiola e R. Sebastiani, 2005), ["Economia della conoscenza: creatività e valore nel capitalismo delle reti"](#) (Carocci, 2004), ["La fabbrica dell'immateriale: produrre valore con la conoscenza"](#) (Carocci, 2004), e ["Il postfordismo. Idee per il capitalismo prossimo venturo"](#) (Etas Libri, con L. Romano, 1998).