

L'editoriale

L'importanza di capire l'innovazione

di **Massimiano Bucchi**

Gli archeologi che nel futuro vorranno comprendere il XXI secolo dovranno fare i conti con una serie di termini che sono diventati, più che parole chiave, vere e proprie parole d'ordine del nostro tempo. Una di queste parole d'ordine è «smart», prefisso ormai ubiquo, buono per essere attaccato davanti a qualsiasi termine. Viviamo infatti nell'era degli smartphone, delle smart cities, delle smart TV, degli smart hotel e naturalmente dello smart working. I puristi della lingua italiana si fermano alla constatazione che quando si deve utilizzare un termine straniero, e per di più lo si appiccica ad altri termini stranieri, è il segnale che abbiamo le idee ancora poco chiare.

Chi guarda più in profondità al linguaggio come spia di tendenze sociali e culturali, non può evitare di fare un paio di considerazioni.

La prima è che la donna e l'uomo del XXI secolo hanno bisogno di sentirsi «smart», cioè letteralmente «intelligenti» (dalle mie parti si direbbe: ganzi). La stupidità evidentemente non ha cittadinanza nella nostra epoca. Dunque ci sentiamo intelligenti quando utilizziamo uno smartphone rispetto a un telefono fisso o utilizziamo una piattaforma digitale per prenotare una stanza o un passaggio in auto. Perché? Perché abbiamo risparmiato qualche minuto o qualche decina di euro? E come reinvestiremo quel risparmio di tempo e denaro? In un altro viaggio? Con quali conseguenze per l'ambiente, l'occupazione e la comunità? La seconda considerazione è che a prendere alla lettera le espressioni tanto in voga ad essere intelligenti, in realtà, non siamo noi, ma i nostri telefoni, le nostre TV e le nostre lavatrici.

continua a pagina 5



L'editoriale

Più «intelligenti»? Ma serve capire l'innovazione

SEGUE DALLA PRIMA

Utilizzare oggetti «intelligenti» rende più «intelligenti»? Il dibattito, come si sa, è aperto.

Veniamo allo smart working. Fonti istituzionali (Ministero del Lavoro) lo definiscono come «una modalità di esecuzione del rapporto di lavoro subordinato caratterizzato dall'assenza di vincoli orari o spaziali e un'organizzazione per fasi, cicli e obiettivi; modalità che aiuta il lavoratore a conciliare i tempi di vita e lavoro e, al contempo, favorire la crescita della sua produttività». A prima vista non fa una piega. Se si lavora da casa, anziché andare avanti e indietro dall'ufficio, ci guadagnano senz'altro il traffico e l'ambiente. Ma la definizione ministeriale si spinge più in là, affermando senza esitazioni che il lavorare smart fa bene sia al lavoratore, sia alla sua produttività.

Il rapporto più esaustivo e recente sul tema è di Eurofound e International Labour Office (2017), *Working anytime, anywhere: The effects on the world of work*. Si basa su un'approfondita indagine in dieci stati membri dell'Unione Europea (tra cui l'Italia) e confronti con la situazione fuori dall'Europa. I risultati, dicono gli autori, sono «fortemente ambigui». Intanto, quanto è diffuso lo smart working? La risposta varia molto per settore di attività e Paese: si va infatti dal 2% al 40% dei lavoratori. I benefici principali sono, come accennato, una riduzione nei tempi di trasporto, maggiore autonomia ed efficienza. Non mancano però le ombre: lavorando a distanza si finisce con il lavorare più a lungo e non si riesce più a separare tempo di lavoro e tempo libero.

Insomma, il quadro è quello che ci si può attendere da ogni innovazione; che, come aveva già capito cinque secoli fa il filosofo Francesco Bacone, «aggiusta sempre qualche cosa, ma ne danneggia qualche altra».

Se per alcuni ruoli o attività lavorare a distanza può funzionare egregiamente, per altri la compresenza fisica ha ancora un suo fondamento. E questo vale, a dispetto di un diffuso luogo comune, anche per quelle attività che più sono percepite come smaterializzabili. Un esempio dal mondo intellettuale: il fisico e storico della scienza Thomas Kuhn racconta di aver avuto l'idea originaria del concetto di «paradigma» trascorrendo un periodo a stretto contatto con scienziati sociali. Questi ultimi, a differenza dei fisici che Kuhn era abituato a frequentare, discutevano continuamente i fondamenti della propria disciplina. Se Kuhn avesse fatto lo smart working, verrebbe da dire, magari quell'intuizione così influente non sarebbe mai arrivata. Un disegnatore tecnico esterno all'azienda, che non avesse toccato con mano le difficoltà di orientamento e lo smarrimento dei viaggiatori, avrebbe mai realizzato una mappa della metropolitana di Londra così semplice ed efficace come quella realizzata nel 1933 da Harry Beck?

Un tipico errore prospettico nel guardare all'innovazione è quello di focalizzarsi sul singolo cambiamento, senza guardare l'insieme, considerando il nuovo come un mero e (quindi) automatico upgrade del presente. Un errore che ha contribuito a segnare la crisi di industrie come quella discografica o editoriale: le persone continueranno ad ascoltare musica o a leggere libri e giornali, si pensava, esattamente come prima,

solo che lo faranno attraverso i formati digitali. Oggi sappiamo che non è andata così: è cambiato il senso, l'utilizzo, l'importanza (soprattutto relazionale) di queste attività, il cui spazio è sempre più eroso da altre attività.

Allo stesso modo, non ha senso pensare che il nostro rapporto con il lavoro resti così com'è, salvo spostarsi di luogo dall'ufficio dentro le mura di casa. Ciò che sta cambiando è infatti più in generale il senso e il ruolo del lavoro nelle nostre vite. Al punto che, come riconosce il rapporto europeo citato, non sappiamo più distinguere tra lavoro e tempo libero. E se una volta si invocava «il diritto di essere connessi» oggi si invita a valorizzare «il diritto di essere disconnessi». Se vogliamo che porti più benefici che disagi, dobbiamo affrontare ogni innovazione senza pregiudizi e chiusure preconcepite, ma al tempo stesso senza dare per scontato che essa rappresenti in modo positivo e ineluttabile il nostro futuro. Chiamarla «smart» ci mette su una strada scivolosa e ingannevole. Nessuna innovazione – che si tratti di un telefono, di una tv o di un modo di lavorare – è mai intelligente o stupida. Sta a noi ad affrontarla in modo intelligente (meglio: consapevole) o stupido (meglio: inconsapevole).

Massimiano Bucchi

© RIPRODUZIONE RISERVATA