

La tecnologia premia chi genera valore

Luca De Biase

Il futuro è la conseguenza della storia che si scrive nel presente. E, poiché si tratta di una storia di trasformazione piuttosto radicale, è bene diffidare di qualunque formula preconfezionata che pretenda di descrivere l' avvenire. A maggior ragione se si parla di lavoro del futuro, questione maledettamente concreta e responsabilizzante: che impone di pensare all' educazione dei figli, alla polarizzazione tra chi ce la fa e chi resta indietro, alla qualità della vita di tutti. Continua pagina 15 Nel corso dell' inchiesta a puntate che si conclude oggi, Il Sole 24 Ore ha trovato i segni di una grande sfida alle certezze abituali e l' esigenza emergente di un approccio strategico, empirico, aperto. Più intelligente e sensibile delle impostazioni estreme: da una parte, i tecnofili convinti che la crescita

esponenziale della potenza degli strumenti digitali basti come garanzia che i problemi saranno risolti dalle versioni future della tecnologia; dall' altra parte, i pessimisti convinti che le macchine miglioreranno tanto da distruggere fatalmente il lavoro degli umani. Gli estremi si toccano: in realtà, attualmente, le tecnologie digitali mostrano una chiara capacità di accrescere esponenzialmente i problemi, mentre le soluzioni continuano a emergere a una velocità più modestamente culturale. Di certo, l' innovazione consuma i mestieri legati alle tecnologie obsolete e insieme crea nuove opportunità. Casomai, preoccupa la diversa dinamica di queste due facce del cambiamento. Ma si va disegnando una prospettiva che parte da un' osservazione: l' innovazione può eliminare alcune - e forse molte - vecchie mansioni, ma di sicuro la mancanza di innovazione distrugge occupazione, mentre ciò che crea nuove imprese ha bisogno di nuove persone. Le soluzioni non sono scritte sui ricettari. Il lavoro del futuro si conquista centimetro per centimetro. La collaborazione di soggetti pubblici e privati nella definizione di strategie territoriali è irrinunciabile. L' innovazione assicurativa è parte delle soluzioni, come suggerisce l' economista Francesco Daveri che ritiene importanti: «misure attive di prevenzione o compensazione del reddito come programmi di formazione



permanente, prestati a lungo termine a fini di riqualificazione professionale e programmi di assicurazione sui salari». Ma tutto questo ha bisogno di connettersi alle radici del valore: saper fare bene le cose, saperle raccontare, connetterle al mercato e al mondo. Il lavoro del futuro è strategico, creativo, consapevole. Il valore della persona, rispetto alla macchina, è nella sua capacità di empatia, di critica, di indipendenza. In due mesi di inchiesta sul lavoro del futuro, è emersa un'umanità che non ha paura delle macchine che ha creato ma che casomai fa paura all'altra umanità, quella che le macchine proprio non sa come sono fatte e quindi non le comprende. Il problema non è che l'economia è disumana perché investe su macchine che sostituiscono gli umani. Casomai il problema è che non sempre investe abbastanza sugli umani e la loro formazione in modo che sappiano creare, distribuire, utilizzare le macchine per esprimere appieno la loro umanità. Due prospettive si fronteggiano, ma vanno entrambe superate, come suggerisce Federico Butera nel suo contributo al libro *Le trasformazioni delle attività lavorative nella IV Rivoluzione industriale* (in via di pubblicazione per la Firenze University Press): «Le nuove tecnologie non avranno effetti deterministici poiché esse sconvolgono sì l'esistente, ma è solo la progettazione quella che disegnerà le nuove organizzazioni, le nuove imprese, le nuove città, le nuove società e soprattutto la qualità e quantità del lavoro. Questo approccio ribalta l'attuale dibattito: dagli effetti delle tecnologie ai progetti. Esso propone nuove forme di progettazione di sistemi complessi valorizzando non solo gli investimenti in tecnologie ma tutte e tre le risorse chiave della rivoluzione Industria 4.0: tecnologie, organizzazione, lavoro». L'accelerazione dell'adeguamento dei sistemi educativi emerge come il primo degli argomenti necessari ad affrontare la progettazione del lavoro del futuro. Perché in effetti la tecnologia è andata più velocemente della cultura negli ultimi tempi. Nelle società occidentali, la digitalizzazione non è il futuro: è già avvenuta. Una stima serve a dar conto del cambiamento: nel 2000 il 75% dell'informazione archiviata sul pianeta era stampata su carta o registrata su plastica in formato analogico; nel 2013 il 98% dell'informazione archiviata era in un formato digitale. Siamo in un contesto culturale quasi totalmente digitale. E non solo perché gli strumenti analogici sono usati meno, ma soprattutto perché il digitale consente di registrare molto di più a costi infinitamente più bassi e decrescenti. Non per nulla quella stima si trova nel bestseller *Big Data* di Viktor Mayer-Schönberger e Kenneth N. Cukier, che citano le ricerche di Martin Hilbert della Annenberg School of Communication all'Università di California: il funzionamento stesso della società digitale genera "big data" che a loro volta influenzano profondamente l'ingegneria della manifattura, la competizione commerciale, la concorrenza per il consenso politico, i comportamenti sociali. La preparazione del fenomeno è stata relativamente lunga, ma la trasformazione generalizzata è avvenuta negli ultimi quindici anni. Di fronte a un cambiamento così gigantesco e repentino, le società e le economie degli umani accusano qualche ritardo di comprensione. Il che provoca un disorientamento che ha conseguenze complesse: si traduce in una sorta di disallineamento tra domanda e offerta di professionalità, possibili errori nella scelta dei percorsi scolastici, esagerata fiducia nelle soluzioni tecno-deterministiche, illusioni e disillusioni,

rancore o sottovalutazione nei confronti di una "tecnocrazia" che non è necessariamente in grado di produrre risultati al livello delle aspettative che genera. Il superamento del disorientamento è un passaggio fondamentale per ricostruire un percorso di crescita razionale e concreto. Anche perché l'innovazione non è un'opzione ma una necessità. In proposito, alcune regolarità sull'economia che emerge dalla trasformazione cominciano a farsi largo. E vale la pena di prenderne consapevolezza: La legge di Moore mostra come la capacità di elaborazione dei microprocessori continui a crescere a un ritmo esponenziale, generando una prospettiva nella quale aumenta la potenza dei computer in tutte le loro molteplici forme: telefoni, pc, automobili, centraline domotiche, robot e così via. Ma attenzione: questo non significa che le funzioni svolte dai computer siano necessariamente migliori; significa soltanto che potranno far girare programmi sempre più complessi a velocità sempre maggiori, connettendosi in modi sempre più efficienti. La legge di Metcalfe mostra come il valore delle tecnologie di rete aumenti esponenzialmente con il numero dei nodi connessi. Questo fa in modo che le tecnologie più usate siano prevalenti anche se non sono le migliori. La legge di potenza, una sorta di corollario nella regolarità precedente, descrive la tendenza alla polarizzazione nelle reti: chi vince prende tutto, come scriveva Bernardo Huberman, all'epoca dello Xerox Parc. Ma questa polarizzazione avviene, scriveva sempre Huberman, in ogni categoria competitiva. Nella categoria dei motori di ricerca, per esempio, vince una soluzione come Google, nella categoria dei social network prevale una piattaforma come Facebook, nei marketplace vincono gli inventori del rispettivo servizio come Uber e Airbnb, e così via. Chi sa inventare una nuova categoria può sperare di conquistare la sua nicchia, grande o piccola. L'economista del secolo scorso, Ronald Coase, spiegava la nascita dell'azienda come una soluzione per gestire elevati costi di transazione; Esko Kilpi ha mostrato che se i costi di transazione, cioè i costi connessi allo scambio di informazione, si riducono, anche l'azienda cambia. L'organizzazione ottimale è quella di un'azienda agile e con un grande network. La struttura di senso che i media producono influenza la conoscenza emergente. Tutte le aziende tendono a diventare anche media company, nel senso che devono gestire le comunicazioni con una consapevolezza mediatica che in passato potevano delegare ad altri. La privatizzazione di spazi pubblici come i mercati inventati dalle grandi piattaforme che li gestiscono e li governano. La correlazione tra neutralità della rete e innovatività del sistema. La correlazione tra conoscenza diffusa e libertà individuale: se le persone sanno decodificare le regole implicite nelle strutture tecniche nelle quali operano possono essere soggetti attivi della loro storia, altrimenti subiscono le regole delle piattaforme che usano. L'automatizzazione delle funzioni ripetitive e la valorizzazione delle conoscenze creative sembrano essere una prospettiva per il lavoro in un contesto di convivenza tra umani e macchine che dimostra come convenga investire sui primi almeno quanto sulle seconde. La tribalizzazione delle relazioni sociali è un rischio costante se l'interfaccia delle piattaforme sociali favorisce l'incontro con informazioni e comportamenti che gratificano i pregiudizi invece di favorire la serendipity. Insomma. I media digitali decentrano tutto quello che sta in mezzo. Ai tempi dei

mezzi di comunicazione di massa, la maggior parte delle cose avveniva intorno alla media. Oggi tutto quello che conta è la varianza. Il valore si concentra nelle grandi piattaforme e nelle piccole nicchie. Le aziende tendono a dividersi i compiti: ci sono i giganti che organizzano l'informazione e gli specialisti che valorizzano la conoscenza. C'è spazio per tutti coloro che riescono a generare valore. E il valore oggi nell'economia della conoscenza si concentra sulla dimensione immateriale dei prodotti: ricerca, immagine, design, informazione, senso. A maggior ragione per il valore del lavoro. Il lavoro è una dimensione coinvolgente dell'esperienza umana. L'economia può sembrare una materia triste e astratta: ma il lavoro è la sua incarnazione calda e concreta. Allo stesso modo, il futuro può sembrare un tema al quale pensare dopo aver sbrigato pratiche più urgenti: ma pensando al lavoro del futuro si esalta la qualità della lungimiranza. Anche perché di fronte al tema del lavoro le risposte diventano più responsabili e impegnate. Perché sul lavoro del futuro si gioca la tenuta del sistema sociale e della trasmissione generazionale. Si può dire di tutto sul futuro, tranne che sia una storia già scritta: e la si può scrivere bene. © RIPRODUZIONE RISERVATA Tutte le puntate sono raccolte nel dossier «Il lavoro del futuro», consultabile sul sito web del Sole 24 Ore.