

INNOVAZIONE DIGITALE E CULTURA ARTIGIANA

... CI SONO MOMENTI NEI QUALI L'ARTE RAGGIUNGE QUASI LA DIGNITÀ DEL LAVORO MANUALE (OSCAR WILDE)

di Andrea Granelli

Il tema della innovazione e il suo contributo all'irrobustimento e alla crescita delle piccole imprese è un tema di grandissima attualità in Europa ed ha avuto recentemente un momento di grande visibilità grazie all'approvazione - da parte della Commissione Europea - del cosiddetto Small Business Act: documento programmatico che - per la prima volta nella storia dell'azione economica congiunta a livello europeo - afferma la rilevanza, economica, sociale e occupazionale, dei "piccoli". Questa rilevanza è in Italia - ancora maggiore - visto

che il suo tessuto produttivo è sostanzialmente composto da piccole e piccolissime aziende, con una grandissima presenza di imprese artigiane.

Forse non è così noto, invece, che il mestiere dell'artigiano sta riacquisendo - nel pensiero contemporaneo - una nuova centralità. Le motivazioni sono molte e certamente legate alla numerosità degli artigiani e alla loro "tenuta" economica (ogni tanto qualche giornalista ne predice la scomparsa nell'immediato futuro). Ma forse la motivazione più profonda è il suo essere non solo "pre-industriale" ma

soprattutto e intimamente "post-industriale". "Dopo l'avvento della civiltà industriale, il lavoro è diventato un'operazione a senso unico, nella quale l'uomo ... modella una materia inerte, e le impone sovranamente le forme che le convengono". Così nel lontano 1986 Claude Lévi-Strauss denunciava la deriva del lavoro industriale. L'artigiano - caratterizzabile in prima istanza con il lavoro manuale - usa infatti un approccio diverso: sa di dover costruire con la materia un "rapporto di seduzione" dimostrando "una familiarità ancestrale" fatta di conoscen-

ze e abilità manuali ma anche di rispetto per il contesto.

Il suo fine non si esaurisce nella funzione che svolge e da cui trae sussistenza e prestigio, ma si lega ad un'altra caratteristica fondativa della cultura artigiana - la maestria - che rimanda a un impulso umano primordiale: il desiderio di svolgere bene un lavoro per se stesso, la passione e la cura per quello che si fa, la cosiddetta craftsmanship. "Good enough is not enough" usava affermare il famoso pubblicitario americano Jay Chiat.

LA VIA "ARTIGIANA" ALL'INNOVAZIONE

Questa maestria è uno dei motori naturali dell'innovazione e diventa più cogente in tempi di crisi dove si devono cercare nuovi mercati o modi diversi per soddisfare le mutate esigenze dei propri stessi clienti. Purtroppo la parola "innovazione" è di moda e il suo significato è stato consumato dal

troppo utilizzo, svuotato dal suo senso profondo. Spesso viene accompagnato da stereotipi come "bisogna essere grandi per innovare", oppure che l'artigiano "si occupa solo di tradizione", o che la sua innovazione è orgogliosamente "senza ricerca". Questi luoghi comuni vanno eliminati e so-

stituiti con una via "artigiana" all'innovazione che sia capace di adattarsi al contesto italiano.

Questa "via" deve dare indicazioni di intervento, priorità su cui concentrare gli sforzi e il suo fondamento parte proprio dalla cultura artigiana, intimamente legata ai luoghi,

intrinsecamente ecologica, "ossessionata" dalla personalizzazione e dalla caratterizzazione identitaria che deriva dalla tradizione ma desiderosa e capace di dialogare con le nuove tecnologie e le nuove metodologie di progettazione. L'artigiano sta infatti rivedendo il suo rapporto con la



tradizione e l'innovazione. Egli è - soprattutto nel caso dell'artigianato artistico - certamente il depositario di una tradizione, ma il suo mestiere nasce con una novità tecnica - l'utensile - ed è intrinsecamente creativo: trasformare la materia inerte in un artefatto, utile, bello e dai significati profondi. Spesso egli sperimenta nuovi materiali, li domina e li riconfigura facendoli diventare oggetti quotidiani ma dalla significativa dimensione estetica ed affettiva. Egli "gioca" pertanto non solo con la dimensione fisica ma anche con quella simbolica e quindi la cultura artigiana si espande naturalmente nelle frontiere dell'immateriale, fatto che può sembrare in prima battuta quasi contraddittorio. A ben guardare, nella bottega

artigiana si sono sempre fuse produzione, ricerca e formazione. Il suo prototipo è stato la bottega del Verrocchio, luogo emblematico della collaborazione, dove cioè gli allievi acquisivano la "maestria" sul campo e diventavano a loro volta maestri. Il Vasari, usando l'espressione "andare a bottega", indicava il tirocinio che l'apprendista compiva alla scuola del maestro, ma anche il legame che univa maestro e apprendista. Ciò ha consentito una interazione naturale fra arte, tecnologia e sapere artigiano facendo nascere straordinari e innovativi prodotti artistici. In questo caso l'innovazione non veniva "trasferita" ma "co-municata" e "condivisa". Tra i grandi filoni d'innovazione legati al mondo artigiano il

meno frequentato è quello legato al digitale, che si collega tra l'altro a uno dei mali tecnologici dell'Italia: la scarsissima penetrazione dell'ICT fra le piccole e piccolissime aziende. L'offerta digitale è spesso concepita per aziende medio-grandi e "adattata" alle piccole realtà, forzando l'utilizzatore ad apprendere linguaggi e schemi di lavoro che non gli sono propri. Vi è quindi una grande opportunità nel creare nuovi intermediari dell'innovazione digitale che presidino tecnologicamente e culturalmente specifiche aree di mercato. Trasformare un fatto tecnico (l'invenzione di una nuova funzionalità) in innovazione richiede una trasformazione culturale dell'utilizzatore. E quanto più l'invenzione è "rivoluzionaria" tanto più la

mediazione culturale è necessaria. Nel caso delle piccole e medie imprese questa funzione - come la storia dell'informaticizzazione del nostro Paese ci ha dimostrato - non può essere svolta dalle aziende fornitrici di tecnologie, a cui mancano sia le competenze "formative" che il tempo (e le risorse finanziarie). Oltretutto lo stesso sviluppo di soluzioni digitali (software, contenuti digitali, ambienti digitali, ...) è una attività non industriale ma artigiana: si pensi ad esempio all'importanza della manutenzione nel software - attività (la riparazione) - intimamente legata alla cultura artigiana o allo scarso significato della produttività quando applicata al software

La tesi "ARTIGIANALITÀ" NEL MONDO DIGITALE

I concetti base del presente articolo sono stati sviluppati da Andrea Granelli in un libro: *Artigiani del digitale*. Come creare valore con le nuove tecnologie, Luca Sossella Editore, Roma, 2010. Poiché, sostiene l'autore, l'economia post-industriale ha sempre più bisogno della

"materia digitale" in tutte le sue articolazioni: dispositivi, sensori, algoritmi, contenuti e interfacce, l'obiettivo è suggerire un percorso verso il digitale per i progettisti e gli operatori del settore che tenga però presente con attenzione il punto di vista e le esigenze autentiche (anche quelle

meno manifeste) degli utilizzatori. La ancora insufficiente penetrazione del digitale nelle piccole e medie imprese italiane e fra i professionisti è in larga parte responsabilità di come i fornitori di soluzioni ICT (e soprattutto i grandi operatori) ascoltano i clienti, strutturano l'offerta e organizzano

le modalità di commercializzazione, supporto e assistenza; solo una crescita delle capacità "artigiane" di tali operatori potrà colmare questa voragine fra domanda e offerta e ridare alle soluzioni digitali il ruolo e l'efficacia che compete loro.