

***Linguaggi e pratiche:***  
**economia (della conoscenza)**  
**e “new media literacy”**

Francesco Crisci, *PhD*  
Department of Economics and Statistics  
University of Udine

# Partiamo da questo:

- estratto da “**La grande ricchezza**”, indagine di “**Report**” (di Michele Buono, con la collaborazione di Matteo Di Callisto e Filippo Proietti), puntata del maggio 2014
- “[...] Un piano per l’Europa. Il succo è questo: abbiamo la **manifattura**, l’**energia**, l’**urbanistica**, i **trasporti**, l’**istruzione**. Vediamo di moltiplicarli con la finanzia. Se non è speculazione pura, aumenta la ricchezza” [...]
- vediamo di cosa si tratta...

Estratto #01 (da 4:41 a 9:29):  
**come scegliere su cosa**  
**“prestare attenzione”**

# Perché studiare la tecnologia “in azione” (*materialismo relazionale*):

- Difficoltà nello studiare le tecnologie negli studi di Management & Organizzazione (MOS):
  - tendenza a considerare la tecnologia come specifica “circostanza organizzativa” da studiare in termini di **design & diffusion** oppure di **adoption & appropriation** di **artefatti** tecnologici
  - tendenza a considerare due entità come ontologicamente separate e indipendenti (distinzione tra **tecnologie** e **persone**; focus sulla loro **relazione**):
    - visione **tecno-centrica** (impatto della tecnologia; design della tecnologia);
    - visione **umano-centrica** (uso della tecnologia; co-progettazione)

# Ci sono strutture cognitive nell'economia reale che non siamo abituati a “osservare”/ non siamo ancora in grado di “maneggiare”:

- Secondo Theodore Schatzki, nelle scienze sociali il concetto di **pratica** si basa su una semplice idea:

*«phenomena such as knowledge, meaning, human activity, science power, language, social institutions, and human transformation occur within and are aspects or components of the field of practices» (2000, p. 2)*

# Quando le “pratiche digitali” irrompono nell’economia reale:

- **convergenza culturale:** l’efficacia non è un dato, “ma il risultato di un’interpretazione” (la conoscenza è “una fabbrica dei **linguaggi**, delle **identità** e dei **simboli**” che attribuiscono un **senso** alle esperienze delle persone)
- **cultura partecipativa:** la moltiplicazione non è un dato, “ma il risultato di un processo di propagazione organizzata” (la conoscenza si **propaga** attraverso un numero di “**ri-usi**” che abbatta il costo di “riproduzione”)
- **intelligenza collettiva:** l’appropriazione non è un dato, “ma il risultato di una regolazione istituzionale” (la conoscenza si “giustifica” attraverso “il valore utile dell’**esperienza** e della **condivisione comunitaria**”)

Estratto #02 (da 23:54 a 29:11):  
**lo sguardo dei tecnici  
e del funzionario  
pubblico**

# Le “pratiche digitali” come “new media literacy”:

	Individual/Private	Collective/Public
Media/Culture Convergence	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Performance:</b> adottare identità alternative al fine di improvvisare e “scoprire”</li><li>- <b>Transmedia navigation:</b> seguire il flusso delle storie e delle informazioni attraverso “modalità multiple”</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Appropriation:</b> testare e ibridare in maniera significativa i contenuti di realtà</li></ul>
Participatory Culture	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Simulation:</b> interpretare e costruire modelli dinamici sui real-world processes</li><li>- <b>Multitasking:</b> esaminare attentamente diversi ambienti e spostare il focus laddove necessario</li><li>- <b>Distributed Cognition:</b> interagire in maniera significativa con gli strumenti che espandono le capacità mentali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Play:</b> sperimentare come forma di problem solving</li><li>- <b>Networking:</b> ricercare, sintetizzare e distribuire informazioni</li></ul>
Collective Intelligence	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Judgement:</b> valutare la fattibilità e la credibilità di differenti informazioni e fonti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Collective knowing:</b> mettere insieme le conoscenze e condividere linee significative con altri soggetti intorno a un obiettivo comune</li><li>- <b>Negotiation:</b> viaggiare attraverso differenti comunità, rispettando prospettive e norme alternative</li></ul>

fonte: elaborazione da Jenkins 2006, Jenkins et al. 2009



Estratto #03 (da 54:25 a 55:54):

# lo sguardo della politica

# *Performativity:* MOS come tecnologia

- le “**pratiche di manageriali**” non sono “**tecnologie neutrali**” (Callon 1998, 2013; MacKenzie *et al.* 2007):
  - quando sono **storicamente** e **socialmente** situate, hanno un ruolo “trasformativo”;
  - sono culturalmente sensibili all’**interpretazione** e alla traduzione che ne viene fatta dagli attori in gioco;
  - quindi, sono organicamente inserite in un **contesto** al quale letteralmente contribuiscono a “dare forma”,
  - quantomeno modificandolo in termini di **sviluppo tecnologico e socio-culturale**.

# Detto altrimenti (parafrasando Marcel Proust...):

- L'economia della conoscenza (anche nella sua manifestazione “digitale”) **non è un'altra economia**: semplicemente è “**un viaggio di scoperta**” in cui non si devono cercare terre nuove, ma “**avere nuovi occhi**”

contact:

*University of Udine*

*Department of Economics and Statistics*

*francesco.crisci@uniud.it (mail to)*

*criticalmanagement.uniud.it (web)*