

VIII COLLOQUIO SCIENTIFICO SULL'IMPRESA SOCIALE

PAPER

ISBN 978-88-909832-0-7

OLTRE LO SPECCHIO, IMPRESE-PIATTAFORMA E COMUNITÀ-IMPRESA. ESPERIENZE DI INNOVAZIONE SOCIALE DIROMPENTE CHE INNESCANO SPAZI DI IMMAGINARIO RADICALE E NUOVE FORME DI INTRAPRESA

Maurizio Busacca

Dipartimento di Management, Università Ca' Foscari Venezia / Laboratorio di Management delle Arti e della Cultura - m.a.c. lab

paper presentato in occasione di

Colloquio scientifico sull'impresa sociale, 23-34 maggio 2014

Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia



Iris Network
Istituti
di Ricerca
sull'Impresa
Sociale



UNIVERSITA'
DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Abstract

Quelle che Addarii (2014) chiama “Open-Platform for Innovation” e quelle che Pais (2014) definisce “Aziende-piattaforma” sono delle organizzazioni del tutto peculiari che non si limitano a produrre beni o servizi ma originano processi innovativi di creazione di valore. Ma cosa accade quando queste organizzazioni si arricchiscono di una tensione ideale al cambiamento radicale in ambito sociale?

Dopo aver già evidenziato una forte connotazione retorica e una chiara fragilità teorica nella elaborazione contemporanea del concetto di Social Innovation (Busacca, 2013), in questo lavoro seguiremo uno stimolo proposto dal CEO di The Young Foundation, Simon Willis (2013), e adotteremo un approccio critico per analizzare un particolare tipo di impresa: le imprese-piattaforma per l’Innovazione Sociale Dirompente.

In virtù delle peculiarità storiche del fenomeno in Italia (Borzaga, 2011), l’elaborazione teorica viene declinata nella fenomenologia di cinque ‘imprese-piattaforma’ - Doppiozero, Lavoroculturale, Arti e Teatri in rete, Coworking milanesi, Culturability - che si manifestano contemporaneamente come ‘imprese ecosistemiche’ dall’intensa produzione di valore di scambio e monetario (stimata superiore ai 7 milioni di euro) e come ‘comunità-impresa’ che accumulano un immaginario radicale (Castoriadis, 1998) che genera saperi potenzialmente dirompenti. Questi saperi evolvono e si affinano all’interno di reti lunghe che producono un nuovo spazio che potremmo definire ‘socialeculturale’. All’interno di questo spazio la dimensione culturale e quella sociale si compenetrano indissolubilmente nella creazione di ecosistemi dell’innovazione dirompente che generano una produzione di valore fondata sulle dimensioni della collaborazione e della rigenerazione, radicalmente differente e in opposizione a quanto proposto dal capitalismo cognitivo.

Questi ecosistemi sviluppano relazioni di potere (Foucault, 1976) e guadagnano spazi di agibilità e di visibilità crescenti nella costruzione di reti lunghe, di relazioni multi-stakeholders (Belloni, 2013) e reticolari (Sacchetti, Tortia, 2008). Contemporaneamente, però, presentano dei punti di debolezza che ce li restituiscono come gemme di ecosistemi dirompenti il cui futuro istituzionale non è per nulla determinato ma strettamente legato alla loro capacità di diffondere i nuovi saperi generati, che sono anche i nuovi mezzi di produzione, ad un numero crescente di membri dell’ecosistema secondo una logica redistributiva orizzontale e circolare, cioè mutualistica.

Keywords: disruptive social innovation, impresa-piattaforma, comunità-impresa, socialeculturale, conflitto

1. I sistemi generativi

Introduzione del concetto di Innovazione Sociale Dirompente. Quello di Innovazione Sociale Dirompente è un concetto originale che qui proviamo a sostanziare sul piano delle teorie economiche, sociologiche, psicanalitiche e filosofiche per costruire le basi di una successiva analisi fenomenologica nel contemporaneo italiano.

1.1. Il dibattito italiano

Acceso dalla crisi economica iniziata nel 2007 e sostenuto dal framework della Social Innovation dal 2009, il dibattito attorno al tema del welfare ha superato i confini tradizionali dell'impresa sociale nella stragrande maggioranza dei paesi del capitalismo avanzato. In *Oltre la retorica della social innovation* (Busacca, 2013) l'evoluzione storica del concetto è stato ricostruito con un approccio critico a partire dal XIX secolo, evidenziando come il dibattito, seppur carsicamente continuativo, sia solo diventato mainstream in anni recenti e non sia di fatto nuovo come ci viene ripetutamente presentato.

In aggiunta alla sua forte connotazione retorica è stato attribuito al concetto il valore di parola ombrello (Euricse, 2011), utilizzata cioè per inquadrare tutta una lunga serie di fenomeni e prassi tra loro molto differenti, non sempre coerenti e, soprattutto, considerati 'aprioristicamente buone' per risolvere le difficili questioni sociali del nostro tempo.

La semplificazione, l'astoricizzazione e la bontà intrinseca dei fenomeni di innovazione sociale hanno contribuito alla costruzione di un brand capace di favorirne una rapida ed estesa diffusione.

L'Italia non si è sottratta. Anzi, grazie ad un punto di vista privilegiato frutto di una storia e di un tessuto di impresa sociale tra i più ricchi del mondo, è riuscita a costruire un dibattito meno retorico e scontato, che dal mio punto di vista esprime tre tensioni legittime: una di lobby, una di ricerca narrativa ed una normativa.

1. In modo più o meno continuativo, approfondito e appassionato, tutte le sei scuole di pensiero sull'impresa sociale (Arduini, 2013) si sono confrontate sull'argomento e possono correttamente essere presentate come quei Think Tank 'che in Italia stanno scrivendo il futuro dell'impresa sociale in vista del maxi finanziamento europeo' che caratterizzerà fortemente il prossimo settennato di programmazione economica europea. Come Arduini, però, non ritengo che questa funzione di lobbying esaurisca le ragioni del dibattito, che si sviluppa prevalentemente su orientamenti differenti nei confronti della capitalizzazione o il mutualismo.

2. Anche la volontà di dare un nome nuovo ed internazionale ad un fenomeno radicato e diffuso per il contesto italiano (Borzaga, 2011) ha alimentato la voglia di raccontare le centinaia di storie ad alto tasso di innovazione sociale che quotidianamente attraversano il nostro Paese. Questi racconti hanno avuto la forza di far crescere una curiosità incrementale, quella più semplice espressa dalla ricerca di base che ha come obiettivo primario l'avanzamento della conoscenza e che si è tradotta in centinaia di casi studio, presentazioni, conferenze, workshop, saloni e cantieri.

3. La riflessione sull'innovazione sociale e conseguentemente sull'impresa sociale ha messo in luce come questa non si limiti ad intervenire sul prodotto ma agisca sempre più marcatamente sui processi e sull'organizzazione stessa delle imprese, delle associazioni e delle esperienze collettive informali. In questa

riflessione si è inserita in modo naturale una discussione sulla legislazione di riferimento per l'impresa sociale (Bonacina, Borzaga, Borgonovi, Mazzullo, Guerini, 2013), sempre meno capace di stare al passo con i modelli di governance e di inclusiveness e con l'ibridazione (Tognetti, Ventri, 2013).

Di fatto, non possiamo che presentare questo come un dibattito vivo, che evolve, nel quale le relazioni tra ricercatori e produttori di contributi sono ad assetto variabile. Siamo cioè dentro un dibattito fluido che cerca di fornire strumenti per orientarsi nel presente. Un dibattito che si sviluppa sia lungo un orizzonte delle prassi (soprattutto) che lungo uno teorico.

Con questo lavoro tenteremo di ricostruire una "genealogia" del fenomeno che tenga assieme "le conoscenze erudite e i saperi locali" (Foucault, 1976) per eliminare alcune incrostazioni che incardinano la riflessione sul tema in un forte assoggettamento al sistema politico-istituzionale contemporaneo, riducendola ad uno 'strumento di riduzione del danno economico'.

Nel farlo sostanzieremo ulteriormente sul piano teorico le ragioni di questo dibattito con un approccio critico, storico e multidimensionale. Sono tre approcci dialettici, che propongono una motivata e serena provocazione nel dibattito internazionale sulla Social Innovation. Lo fanno con l'intento di contestualizzare l'economico nella realtà storica, economico che dal nostro punto di vista è strettamente legato a tutte le forme di attività umana, politiche, sociali e storiche (Agnati, 2001). Si tratta di una critica 'positiva' perché cerca continuamente di giungere ad un'analisi empirica in grado di descrivere il fenomeno al fine di favorirne un dispiegamento pieno. In questo senso non si tratta di un lavoro che ha fini esclusivamente speculativi, organizzativi o normativi, già ben delineati in altri lavori di management e di governance.

È un lavoro che tenta piuttosto di dare un orizzonte reale e storico, nel presente e nel futuro più prossimo, a quel concetto di Disruptive (Social) Innovation che ha ben delineato Simon Willis, Ceo di The Young Foundation (Spaggiari, 2013).

Nel farlo, partiamo da due ipotesi tra loro connesse, che questo lavoro di sistematizzazione dei contenuti ci aiuterà a verificare:

1. Stiamo attraversando una fase storica di profonda trasformazione conflittuale, per quanto edulcorata, sul piano delle istituzioni sociali;
2. La Disruptive Social Innovation può rappresentare quel processo mediante il quale resistere (Foucault, 1976) creativamente (Schumpeter, 1911) all'attuale ordinamento sociale.

1.2. La Disruptive Social Innovation

Adottare la lente della Disruptive Social Innovation ci aiuta a cogliere l'elemento ciclico del fenomeno innovazione sociale: in occasione di importanti trasformazioni che mettono sotto pressione i contesti sociali – ad esempio in concomitanza con la prima e la seconda rivoluzione industriale ma questo è valido anche nell'attuale fase storica di c.d. 'crisi' – assistiamo a fasi di concentrazione delle innovazioni sociali che poi, con un andamento ondulatorio, tendono a disperdersi radicandosi nel contemporaneo.

Il concetto che qui proponiamo di prendere in considerazione, quello di Disruptive Social Innovation, trae le sue origini nel lavoro che Christensen e Bower hanno sviluppato a partire dal 1995 in *Disruptive Technologies*, formulato più compiutamente come Disruptive Innovation in *The Innovator's Solution* (Christensen, 2003) e solo tre anni più tardi come *Disruptive Innovation for Social Change* (Christensen,

Baumann, Ruggles, Sadtler, 2006). Parliamo cioè di una riflessione che è perfettamente coeva a quella molto più impattante sulla Social Innovation. È chiaro quale delle due fino ad oggi abbia avuto maggiore impatto e nel proseguo di questo paragrafo avizzeremo alcune ipotesi circa le motivazioni. Per ora però rimaniamo sul concetto.

Partendo da un focus sulla tecnologia per poi approdare ad una teoria più generale sui modelli di business (tutti i testi citati sono principalmente manuali per manager), ciò che gli autori teorizzano è l'esistenza di innovazioni in grado di permettere alle imprese di penetrare i mercati e di riconfigurarli in modo dirompente. Si riferiscono espressamente a 'perturbazioni low', che acquisiscono quote incrementali di mercato intercettando clienti altrui disposti ad acquistare a minor prezzo prodotti o servizi meno performanti dello standard di riferimento (quello di Ryanair è un buon esempio), e a 'perturbazioni di nuovo mercato' che offrono nuovi prodotti e soddisfano esigenze non servite dagli operatori di mercato storici che vengono così soppiantati (pensiamo, ad esempio, all'impatto degli smartphone e dei tablet su telefonia mobile tradizionale e personal computer).

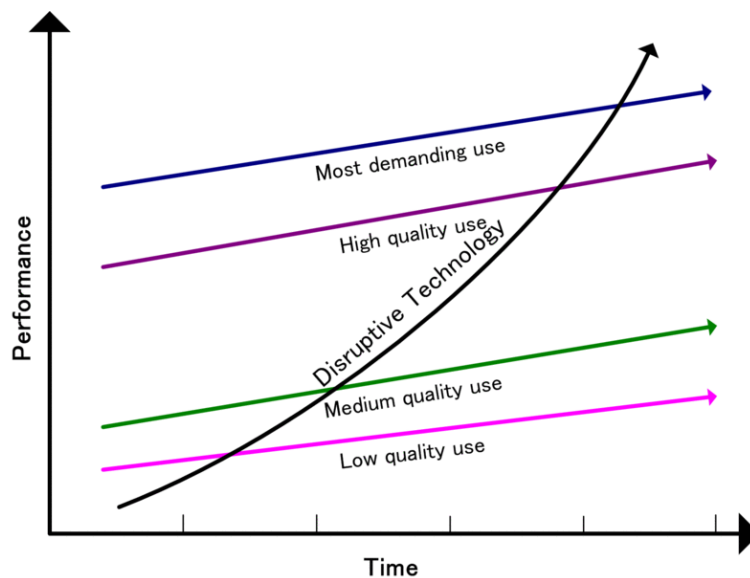


Fig.1 - How low-end disruption occurs over time, Megapixie, Wikipedia

Quando Christensen applica questa riflessione al mondo del sociale lo fa introducendo il concetto di Catalytic Innovation, un sottoinsieme della Disruptive Innovation che rende il cambiamento sociale obiettivo primario (Christensen, Baumann, Ruggles, Sadtler, 2006).

Gli autori sostengono che per raggiungere i propri obiettivi le imprese sociali debbano sfidare i players affermati offrendo soluzioni più semplici ad un gruppo di clienti. Contemporaneamente, l'offerta deve superare lo status quo fornendo soluzioni abbastanza efficaci per affrontare adeguatamente i problemi sociali (Auvinet, Lloret, 2011). Queste innovazioni sono chiamate 'innovazioni catalizzatrici' e tendono a creare un cambiamento sociale attraverso la:

1. produzione di cambiamento sociale sistemico attraverso il ridimensionamento e la replica;
2. soddisfazione di un bisogno che è sovra-servito (perché la soluzione esistente è più complessa di quanto molte persone richiedono) o non servito affatto;
3. offerta di prodotti e servizi che sono più semplici e meno costosi di quelli esistenti;

4. capacità di mobilitare risorse materiali e immateriali in modi che sono inizialmente poco attraenti per i concorrenti già presenti sul mercato;
5. offerta di prodotti e servizi che sono inizialmente ignorati, denigrati o addirittura incoraggiati da concorrenti esistenti per i quali il modello di business è poco redditizio o poco attraente.

Quando questi processi avvengono, in quanto nuovi, sconosciuti e non facilmente classificabili, sono spesso non notati o sottostimati fino a quando non hanno conquistato uno spazio d'azione così grande da diventare la 'cifra' dell'azione di nuovi player principali (Christensen, Baumann, Ruggles, Sadtler, 2006).

Come si può capire da questa brevissima esposizione, tutta la riflessione su quella che qui si propone di chiamare Disruptive Social Innovation si è finora concentrata nell'ambito del management e in questa sua collocazione sono rintracciabili una parte considerevole delle ragioni che l'hanno resa meno impattante della Social Innovation, pur proponendo una lettura molto simile del 'fenomeno innovazione'. Gli autori 'mainstream' che si sono finora occupati di Social Innovation hanno infatti spaziato anche nella sociologia, nella scienza politica, nell'economia politica e nella governance. In questo modo hanno affinato un'elaborazione a tutto tondo che presenta un assioma completo, per quanto discutibile e criticabile.

In tutto questo dibattito, però, il concetto di Disruptive Innovation è stato trascurato, assente, cancellato fino all'arrivo di Simon Willis in The Young Foundation. Eppure quell'approccio avrebbe potuto supportare concretamente lo sviluppo di una chiave di analisi dell'empirico capace di aiutare nell'individuazione delle esperienze sociali innovative, se è vero come è vero che uno dei punti deboli di tutta la riflessione teorica sulla Social Innovation è proprio la sua vaghezza. I due concetti avrebbero potuto sostenersi a vicenda valorizzando la completezza di analisi dell'uno e la chiarezza focale dell'altro. Per quale ragione non lo hanno fatto? Non di certo perchè l'universo 'social' rifugge quelle logiche competitive di mercato che anzi incorpora sempre di più. E nemmeno per l'attenzione al manageriale, perchè caratteristica di entrambi. Tantomeno per il tecnocentrismo, anche questo condiviso.

Quella che qui si suggerisce di ascrivere è una ragione prevalentemente culturale e semiotica che punta l'attenzione sull'aggettivo 'disruptive', il quale rimanda ad una traduzione, dirompente, che può portare rapidamente verso i temi della perturbazione, della rottura e del conflitto, temi che la nostra società tiene lontani dal discorso pubblico se non per identificare guerre, scontri, violenza e altri fenomeni 'negativi'. Da questo punto di vista, quella in cui viviamo è un'epoca eccezionalmente contraddittoria: in un capitalismo che produce incessantemente discontinuità (Castoriadis, 1997) il conflitto è con continuità socialmente temuta. A seguito dei grandi traumi del XX secolo, si pensa alla parola conflitto in termini esclusivamente negativi, come qualcosa che dev'essere risolto, mediato, sedato. Eppure, ed è quello che nel prossimo paragrafo tenteremo di fare, "si dovrebbe fare uno sforzo per sfuggire all'inesorabile lettura negativo-distruttiva del conflitto, o per esteso della guerra, se si vuole continuare a capire e agire nel presente" (Gattinara, 2004), per pensare al conflitto come fenomeno ambivalente, cioè capace di generare oltre che distruggere.

1.3. *Conflittualità generative*

Il tema del conflitto è senza dubbio un concetto centrale nell'apparato conoscitivo delle scienze sociali contemporanee, tanto da essere utilizzato come una delle chiavi di lettura della fenomenologia sociale del nostro tempo. Per Luciano Gallino (2006) il conflitto sociale è "un tipo di interazione più o meno cosciente tra due o più soggetti individuali o collettivi, caratterizzata da una divergenza di scopi tale, in presenza di risorse troppo scarse perchè i soggetti possano conseguire detti scopi simultaneamente, da rendere oggettivamente necessario (...) il neutralizzare o deviare verso altri scopi o impedire l'azione altrui".

Nel discorso sociologico la prospettiva del conflitto è uno dei tre filoni principali di pensiero attorno al quale, nel tempo, si sono aggregati diversi autori (le altre sono quella funzionalista e quella interazionista).

I teorici del conflitto assumono che le società si trovino in uno stato costante di cambiamento in cui il conflitto è una caratteristica permanente. Non si tratta solo di conflitti tra gruppi ma anche di conflitti interni ai gruppi e, soprattutto, conflitto non significa necessariamente violenza aperta, ma anche tensione, ostilità, competizione e dissenso sui fini e valori (Coser, 1956).

In questa sede mi interessa però proporre una particolare lettura del tema del conflitto che ha una posizione del tutto originale rispetto alla dicotomia integrazionismo/conflittualismo. Niklas Luhmann (1990), attraverso il concetto di sistema, supera la staticità e la sincronicità dei funzionalisti e attribuisce un ruolo centrale al carattere processuale; allo stesso tempo supera la prospettiva conflittualista perchè non legge la società come struttura permanente sfociante in un esito determinato ma come dinamica probabilistica prodotta da condizioni contingenti. L'innovazione, nella riflessione di Luhmann, è resa possibile dall'impiego di modelli di pensiero derivati dalle scienze cibernetiche a seguito dell'influenza della rivoluzione informatica.

Luhmann poggia la sua teoria sui cardini dell'autopoiesi come autonomia generativa, della comunicazione come operazione del sistema sociale, del pensiero come operazione del sistema psichico, dell'interazione tra sistema e ambiente, dei sotto-sistemi in interazione con l'ambiente sistema. In questo modo i conflitti possono essere intesi come un particolare sistema sociale che permette di proseguire la comunicazione sfruttando la possibilità del ricorso al "no".

Luhmann osserva che nei sistemi ipercomplessi lo sviluppo di ulteriore complessità procede in modo parzialmente svincolato dall'esistenza di strutture fisse di aspettative, pertanto vi è un incremento di selezioni devianti e/o innovative rispetto alle società stratificate e tale incremento produce una progressiva cumolazione di effetti, inizialmente prodotti in modo casuale, ma successivamente tendenti a rafforzarsi.

Attraverso un percorso del tutto differente, che trae le sue origini dalla psicanalisi e dalla filosofia, Castoriadis (2008) ci propone l'idea che "la storia umana è creazione, ciò vuol dire che l'istituzione della società è sempre auto-istituzione, anche se essa non si riconosce come tale". In questo senso ogni creazione storica è creazione di un mondo particolare.

Se la società istituente è essa stessa all'origine delle istituzioni sociali (o società istituita) significa, per Castoriadis, riconoscere che ogni società è autonoma nel dare origine alle proprie istituzioni. E proprio in virtù di tale autonomia, le istituzioni sociali non possono mai essere considerate date una volta per tutte, immutabili, imperiture: anzi, "esse si prestano alla loro perpetua riconsiderazione e alterazione" (Esposito, 1995).

E' su queste basi che Castoriadis ci propone l'idea di una Istituzione Immaginaria della Società come risultato di una dura critica al determinismo, allo strutturalismo e alla rappresentazione funzionalista della società e dei soggetti (Trovar-Restrepo, 2012). L' Istituzione Immaginaria della Società è definita da Castoriadis (1983) come creazione di una pluralità di sensi e di significati che emergono dall'immaginario radicale e dall'immaginario collettivo, riuscendo così a collegare la dimensione individuale con quella sociale. Ciò che rende possibile all'Istituzione Immaginaria della Società di concretizzarsi nel reale sono il 'legein' – parole, linguaggi e sistemi di significato – e il 'teukhein' – pratiche, istituzioni, organizzazione sociale (Trovar-Restrepo, 2012).

In un confronto continuo tra società istituita e istituyente la stabilità dei significati e della società sono una condizione possibile ma la società istituyente lavora incessantemente nella direzione del cambiamento e dell'innovazione.

Entrambi questi approcci, quello di Luhmann e quello di Castoriadis, possono sostanziare e spiegare bene un'idea di innovazione sociale come "fenomeno storico che ha segnato gli ultimi duecento anni di esperienze sindacali, cooperative, previdenziali ed altre centinaia di esempi hanno profondamente modificato il modo di rispondere ai bisogni sociali" (Mulgan, Tucker, Ali, Sanders, 2007). Sono storie che raccontano una società istituyente incessantemente al lavoro per costruire nuove forme di organizzazione sociale. Se osserviamo con attenzione l'evoluzione storica dei fenomeni di innovazione sociale possiamo renderci conto che si presenta come un fenomeno ciclico, come un susseguirsi di periodi ad elevata concentrazione (i picchi) e periodo in cui le innovazioni sociali sono più rare.

2. Gli immaginari radicali

L'approccio culturale nell'analisi dei fenomeni contemporanei nel contesto italiano. Teorie e prassi si compenetrano nella descrizione di alcune tra le più significative esperienze italiane di innovazione sociale e culturale, le quali si stanno affermando come centri di produzione di nuove conoscenze empiriche e come promotori di un nuovo discorso 'socialeculturale'.

2.1. Produttori di immaginari radicali

Se finora abbiamo ricostruito l'ambiente concettuale all'interno del quale si muoverà il proseguo della ricerca, cioè lo spazio di possibilità dentro il quale si costituiscono e operano i fenomeni di innovazione sociale, da questo momento in poi l'attenzione si sposterà tutta su alcune esperienze discorsive esercitate di fatto nel contesto italiano.

La possibilità di scelta era ampia: sono centinaia, forse migliaia, le esperienze di innovazione sociale individuate dalla Ricerca e sono attive su fronti tra loro molto differenti, che vanno dalle politiche ambientali all'ageing, dalla rigenerazione urbana alla disabilità. In una tale ricchezza la prima difficoltà è stata scegliere quali analizzare.

Il primo fattore discriminante per la scelta è stato l'originalità delle pratiche che presenteremo rispetto ai casi studio generalmente trattati nell'ambito della ricerca, nella convinzione che la socio-diversità sia foriera di una maggiore intelligenza collettiva (Eagle, Macy, and Claxton, 2010; Lorenz, Rauhut, Schweitzer, Helbing, 2011). Si tratta, infatti, di esperienze che non possono essere annoverate tra gli esempi tradizionali di impresa sociale e che malgrado ciò producono beni e servizi ad altissimo impatto sociale attraverso processi ad alto tasso di democraticità ed eticità.

Il secondo fattore di scelta è stata la contestuale caratterizzazione di queste esperienze sulla base di sei elementi distintivi che le rendono agenti proattivi dell'innovazione sociale: a) agiscono e sviluppano relazioni su scala nazionale; b) abbinano le pratiche concrete a una elaborazione teorica di pari entità; c) operano simultaneamente su temi e fronti diversificati; d) sono organizzazioni eterocentrate che oltre a generare direttamente innovazione la promuovono in altre organizzazioni; e) hanno traiettorie di sviluppo riconducibili al processo di innovazione sociale a spirale proposto da Colin-Grice e altri (2012); f) hanno una manifesta attenzione alla dimensione della sostenibilità economica della loro forma di intrapresa, indipendentemente dalla loro vocazione a produrre utili.

La scelta del tutto arbitraria e confutabile, certamente non esaustiva del fenomeno nazionale, è ricaduta su cinque esperienze che presentano contemporaneamente tutte le caratteristiche sopra elencate, sviluppate da sud a nord della penisola italiana. Nella maggioranza dei casi non sono imprese in senso classico. Alcune sono associazioni o addirittura gruppi, che potremmo definire atipiche perché hanno una chiara e manifesta vocazione imprenditoriale. Si è scelto quindi di recuperare al termine impresa il suo significato originario di intrapresa. La forma non inganni, però: sono imprese a tutti gli effetti perché organizzano professionalmente attività economiche per produrre beni e servizi che impattano sui terreni dell'economia, del sociale e del culturale.

1. *Coworking Milanesi* è il nome che attribuiamo al circuito di spazi ed esperienze collaborative nate negli ultimi anni nel capoluogo lombardo. Make a Cube, Impact Hub e PianoC sono alcune delle espressioni più

visibili di un circuito che opera sui temi del sostegno all'imprenditoria e delle start-up "ad alto valore sociale".

2. *Doppiozero* è un'associazione di autori, editori, studiosi e critici che si adoperano per "difendere e allargare la democrazia del sapere". Oltre ad un sito web che è punto di riferimento per un'ampia parte del dibattito culturale in corso, l'associazione (con un ampio partenariato di altre organizzazioni) produce "Che Fare!", premio per la cultura che valorizza l'impatto sociale".

3. "*Arti e Teatri in rete*" è la definizione con cui Silvia Jop (2014) inquadra il circuito di teatri occupati che dal 2011 hanno mobilitato migliaia di lavoratori del terziario avanzato, dello spettacolo e della conoscenza che avanzano istanze e pratiche locali inserendole "in un discorso più ampio e trasversale che ne restituisce il valore fortemente politico e paradigmatico".

4. *Lavoroculturale* nasce da un seminario promosso da precari della ricerca e dei lavori cognitivi dell'Università di Siena ma diventa rapidamente un laboratorio nazionale (online e offline) "per il rinnovamento dell'Università e delle Istituzioni culturali". Il gruppo di lavoro è tra i protagonisti del recente lancio della piattaforma di socialnetworking Panspeech.

5. *Culturability* è un bando della Fondazione Unipolis per "la promozione di start-up culturali in forma cooperativa con finalità sociali" che si è tradotto in un percorso di accompagnamento alla costituzione delle imprese che ha visto la partecipazione di oltre 800 progetti di 3000 giovani di tutta Italia.

Si tratta di una delimitazione provvisoria, di una scelta iniziale che intendiamo approfondire in un futuro prossimo anche attraverso la raccolta di narrazioni emotive e rimettere in discussione in future fasi di ricerca.

Quello che è certo, però, è che ognuna di queste esperienze può essere definita come una 'open-platforms for innovation' (Addarii, 2014) e ancora più precisamente come un'impresa-piattaforma, definizione non molto diversa da quella di "azienda-piattaforma" avanzata da Ivana Pais (2014). Tutte, infatti, accolgono e raccolgono istanze e pratiche reali che amplificano all'interno di un dibattito che supera i confini nazionali sulle traiettorie e sugli impatti dell'innovazione sociale, utilizzando soprattutto il web nelle sue varie forme social.

Sono le loro stesse rappresentazioni, che in questo lavoro sono auto-presentazioni raccolte dall'analisi documentale dei loro strumenti di comunicazione, che ce li restituiscono come produttori di un immaginario radicale nel senso proposto da Castoriadis (1995).

L'uso frequente e orientato al futuro di parole come nuovo, diverso o altro; la contestualizzazione in uno scenario di 'krisis'; la giovane età di tutte queste esperienze e la loro rapidità di diffusione; la declinazione in pratiche concrete; la loro stessa partecipazione al fenomeno 'innovazione' del quale discutono. Sono tutti elementi che configurano un flusso permanente di rappresentazioni, affetti e intenzioni non soggetti a determinatezza e al tempo stesso manifestano una condizione affinché "il soggetto diventi consapevole di essere una creazione sociale che può essere messa in discussione e che può trasformare le sue stesse istituzioni" (Trovar-Restrepo, 2012).

Nella loro alterità rappresentano dei "possibili punti di diffrazione del discorso", cioè un tipo di enunciazione che invece di costituire un puro e semplice difetto di coerenza, costituisce un'alternativa come sottoinsieme

discorsivo (Foucault, 1969) al dibattito 'mainstream' sull'innovazione sociale.

Quello che ci interessa approfondire, d'ora in avanti, è che cosa sono, di quale articolazione sono suscettibili e a quali fenomeni specifici danno vita nel contesto italiano presente.

2.2. *L'innovazione sociale dirompente come artefatto culturale*

Malgrado la giovane età (nessuna delle cinque raggiunge i cinque anni di età), ognuna delle esperienze che abbiamo introdotto ha già dato origine ad una pluralità di prodotti: pubblicazioni, servizi, social network, occupazioni, spazi rigenerati, concorsi, spettacolarizzazioni, concerti, campagne di comunicazione... e molto altro ancora.

Ognuno di questi prodotti possiede evidentemente sia una dimensione fisica, materiale, che una dimensione cognitiva, immateriale, che sono tra loro indissolubilmente intrecciate. Ed è a questo intreccio che possiamo attribuire larga parte del loro successo, cioè alla loro capacità di generare quella componente simbolica della produzione tanto cara agli studiosi di marketing del XXI secolo.

La dimostrazione evidente di questa loro caratteristica è il facile parallelo con il sistema dell'alta moda (ma potrebbero essere anche l'arte o il design), uno degli ambiti in cui la dimensione simbolica e quella materiale si fondono nella creazione di altissime concentrazioni di valore, conoscenza e storia.

Come gli atelier modellano materiali e colori per dar vita a tessuti originali, così i nostri protagonisti fondono conoscenze, emozioni ed esseri umani in nuovi processi e prodotti. Questi ultimi vengono presentati in occasione di festival-sfilate e promossi attraverso i più funzionali strumenti del marketing, che oggi è in larga parte social marketing. Non mancano neanche i critici, che nel nostro caso sono le decine di esperti a cui è stato attribuito lo status per decretare cosa sia realmente innovativo e ad alto impatto e cosa no. Ci sono anche i clienti, che qui oltre ad essere ricchi sono soprattutto potenti ed influenti nelle loro funzioni di policy makers o rappresentanti istituzionali. Non possono mancare, infine, le "tribù di consumatori" (Cova, Giordano, Pallera, 2008) con un forte senso e bisogno di comunità.

Tali artefatti culturali¹, che si traducono in siti web, progetti, profili social, ebook, libri, eventi, progetti site specific, spettacoli,... rappresentano input cognitivi e percettivi in grado di scardinare percorsi noti e di stimolare la curiosità, generando processi di trasmissione di conoscenza orientati a rafforzare l'identità e la socialità di chi ne prende parte (Galloni, 2011).

L'analisi documentale condotta attraverso i principali mezzi di comunicazione utilizzati da questi cinque soggetti negli ultimi 12 mesi ci permette di rilevare una notevole varietà e un'impressionante quantità di produzioni: oltre 20 organizzazioni coinvolte in modo diretto, 14 diverse tipologie di prodotti, più di 700 eventi, 51 progetti continuativi nel tempo, 11 spazi collaborativi aperti quotidianamente, 3 servizi di incubazione per start-up, 5 festival e 3 concorsi nazionali, per un valore stimato della produzione al costo superiore a tre milioni di euro annui (vedi Tabella 1). Si tratta di una stima assolutamente prudenziale, elaborata cioè sui soli costi diretti di una parte della produzione complessiva delle cinque piattaforme.

1 "Gli artefatti culturali sono ideali e materiali nello stesso tempo. Sono ideali nel senso che contengono in forma codificata le interazioni di cui erano parte in precedenza e che ora mediano nel presente. Sono materiali per il fatto che sono incorporati in artefatti" (Cole, 1995)

Q.	Descrizione	Stima del costo unitario ² (€)	Valore produzione
512	Eventi puntuali	1.260,00	645.120,00
4	Redazioni web continuative	53.000,00	212.000,00
11	Spazi Collaborativi	45.000,00	495.000,00
21	Pubblicazioni ebook o libri	1.300,00	27.300,00
114	Workshop	600,00	68.400,00
3	Concorsi	120.000,00	360.000,00
5	Festival	8.000,00	40.000,00
3	Servizi di incubazione	32.000,00	96.000,00
100	Talk	450,00	45.000,00
10	Mostre	4500,00	45.000,00
59	Progetti/Ricerche-Intervento	18.000,00	1.062.000,00
2	Campagne di comunicazione social	26.000,00	52.000,00
Tot.			3.147.820,00

Tab.1 – 5 Piattaforme aperte per l’innovazione. Stima del valore della produzione al costo.

Il ruolo delle cinque piattaforme, però, non si esaurisce nell’apporto fornito dalle attività economiche che ne sono diretta espressione, ma prosegue nelle tante altre dispiegate tra le maglie del sistema economico che sono attivate, a monte o a valle, come effetto delle interdipendenze che legano tra di loro le varie produzioni. Lo svolgimento del processo produttivo, infatti, implica l’utilizzo di una serie di beni e servizi in input provenienti dall’output di tante altre attività economiche, così come l’attivazione di altre attività a valle.

Adottando un “moltiplicatore della cultura” (Symbola, 2013) pari a 1,7 scopriamo che le cinque piattaforme attivano un valore complessivo della produzione superiore ai sette milioni di euro (vedi Tabella 2).

Valore della produzione al costo	Attivazione (x1,70)	Totale Filiera
2.033.820,00	5.351.294,00	7.385.114,00

Tab.2 – 5 Piattaforme aperte per l’innovazione. Impatto economico della produzione.

Questo processo si inverte attraverso il potente mezzo della creatività come generatrice di nuove idee (Santagata, 2009), dalle quali scaturisce una cultura che evolve nel tempo presente, come è naturale che sia. Cultura, infatti, è un termine usato per indicare tantissime cose, ma la sua etimologia ci rimanda al ‘coltivare’ della vita contadina, che è vincolato al tempo delle stagioni. Quello culturale, quindi, è un processo inevitabilmente lento nel quale la conoscenza si dà del tempo per osservare e trovare le connessioni (Niessen, 2014).

2 La stima è stata effettuata mediante l’accesso diretto ai costi di produzione di una impresa socio-culturale operante in settori identici a quelli delle cinque ‘piattaforme’.

Qui, il termine dirompente non ha quindi una valenza tanto temporale quanto metaforicamente spaziale, nel senso che si manifesta nella capacità di guadagnare spazi di manovra e di azione.

Le implicazioni di questa proposta classificatoria incidono radicalmente nell'economia del ragionamento storico sull'innovazione sociale, ragionamento che la inquadra prevalentemente come processo di produzione di un nuovo modo – il prodotto – di affrontare i bisogni sociali.

In questa nostra proposta di analisi, invece, l'innovazione sociale viene reinterpretata come 'prodotto' – e come tale può essere messa a valore - di un processo che è prevalentemente culturale in senso relazionale.

I due approcci non sono assolutamente concorrenti. Possono invece compenetrarsi e in questa congiunzione spiegare i fenomeni del branding e dei circuiti-tribù (Busacca, 2013) che si sono costruiti attorno al fenomeno/prodotto innovazione sociale.

Contemporaneamente, però, conducono l'innovazione sociale fuori da quel piano di acriticità che ce la presenta frequentemente come aprioristicamente positiva.

Queste due scelte operano nella direzione di restituire una dimensione terrena ad un concetto che le retoriche di questi anni hanno proposto di elevare, il più delle volte con successo, a chiave di volta dei processi di trasformazione globale in senso sostenibile.

Non ne riducono, però, la portata 'creatrice': come ogni prodotto hanno in sé le potenzialità per incidere in modo non predeterminato sulle vite e le relazioni di chi la acquisisce.

2.3. H2H: Resistenze al capitalismo cognitivo

L'approccio critico e storico di Doppiozero, la tensione collaborativa e cooperativa di Culturability, i commons di Arti e Teatri in rete, il welfare dei Coworkers milanesi e le pratiche open di Lavoroculturale sono cinque 'discorsi discontinui' nel sistema capitalistico contemporaneo. La loro discontinuità non appartiene solo alla sfera della radicalità quanto piuttosto alla sfera della coniugazione precisa dei concetti di impresa e di welfare.

Ognuno dei cinque soggetti, se analizzato superficialmente, può essere erroneamente collocato nell'ambito economico della produzione culturale in senso stretto. Collocazione che dal nostro punto di vista non è scorretta ma parziale.

Culturability mira esplicitamente "a promuovere un'idea di cultura come fattore di coesione e inclusione sociale, favorendo l'accesso". Il "tema dei beni comuni", il "cantiere sulla salute mentale" e la cronaca della genesi della "Carta di Lampedusa" sono tre fronti di grandi attività da parte di Lavoroculturale. Le decine di progetti promossi a livello nazionale da Doppiozero nell'ambito di Che Fare! sono prevalentemente impegnati sul fronte della costruzione e ricostruzione di comunità. La "conciliazione tra i tempi di vita lavorativa e familiare" e "l'imprenditoria sociale" sono il cuore del lavoro dei Coworkers milanesi. I "diritti dei lavoratori della conoscenza" e il loro rapporto con i "beni comuni" sono la piattaforma di azione di Arti e Teatri in rete.

Data la loro capacità produttiva e la loro complessità organizzativa sono assolutamente imprese³ che costruiscono un nuovo spazio, anche di mercato, che proponiamo di definire come 'socialeculturale', nel quale cioè la dimensione culturale e quella sociale della produzione formano un tutt'uno imprescindibile e dove l'ordine delle parole è dettato puramente da ragioni fonetiche perchè non esiste una sovraordinazione tra il sociale e il culturale.

Coniugare dimensione d'impresa, produzione culturale, operatività sociale e approcci open e collaborativi significa prima di tutto contestare nei fatti le forme dominanti d'impresa del Capitalismo Cognitivo per come si è manifestato nella storia contemporanea, inteso come "il risultato di un processo di ristrutturazione mediante il quale il capitale tenta di assorbire e sottomettere le condizioni collettive della produzione delle conoscenze" (Vercellone, 2012). Nel capitalismo cognitivo ciò che sostiene la produttività sono le economie di apprendimento (learning) e le economie di rete (network) ed entrambe hanno a che fare con un bene, la conoscenza, assolutamente atipico perché non si consuma, anzi cresce, con l'uso e con la circolazione-scambio. Il capitalismo cognitivo, quindi, si fonda sulla continua e crescente spinta all'uso e alla circolazione, dai quali deriva la crescita della sua risorsa primaria, la conoscenza. L'importanza del welfare, inteso come sistema di individui e relazioni, diventa chiara: sanità, educazione, formazione e cultura non rappresentano solo una parte della produzione bensì i modi di vita, di quella vita che nel capitalismo contemporaneo non ha più nette separazioni tra privato e lavoro. Per il capitale cognitivo il controllo delle istituzioni del welfare è quindi strumento fondamentale per garantire l'appropriabilità del processo di produzione e trasmissione della conoscenza per il suo "carattere intrinsecamente cognitivo, interattivo e affettivo" in cui il lavoro non consiste nell'agire sulla materia inanimata ma sull'uomo stesso in una relazione di coproduzione di servizi" (Vercellone, 2012). Ed è qui che "si apre il terreno di un conflitto centrale tra le strategie neoliberali di privatizzazione del comune ed i progetti di riappropriazione democratica dell'istituzione del Welfare" (Negri, Vercellone, 2007).

Recuperare il pensiero di Polanyi (1944) ci aiuta a leggere questa dialettica attraverso una lente critica: laddove il capitalismo cognitivo ha il bisogno di privatizzare la conoscenza agendo sul valore simbolico, le nostre cinque imprese-piattaforma aggiungono il valore di legame (Venturi, 2013) nell'attribuzione di senso alle produzioni, che diventano cooperative, e così facendo reinventano continuamente il loro bios (Pasquinelli, 2013).

Seguendo questo ragionamento, possiamo argomentare che la 'forza creatrice' non viene più spinta dal capitale bensì dalle reti sociali di cooperazione del lavoro che in questo modo affidano all'impresa, affermando Schumpeter, il ruolo di vero soggetto economico di sviluppo. Ruolo perfettamente incarnato dalle nostre cinque nella loro doppia essenza di imprese e di promotrici dell'innovazione.

Questa dialettica ha almeno tre terreni di scontro che operano lungo le forme della produzione: 1. il coinvolgimento, che nel capitalismo cognitivo è attivazione di saperi, assume qui la dimensione partecipativa del coinvolgimento nel capitale dell'impresa; 2. il possesso, che nel capitalismo cognitivo è del tutto proprietario, assume le forme della disponibilità con altri; 3. il gruppo, che nel capitalismo cognitivo è operativo e di lavoro, qui diventa comunità aperta in più direzioni e forme. Innescare e accettare questa dialettica significa prima di tutto sviluppare una critica radicale, che nel fare diventa resistenza operativa, alle forme di sfruttamento dell'uomo sull'uomo e la promozione di approcci H2H (Human to Human) e non più solamente B2B (business to business) o B2C (Business to Consumer).

3 "Attività economica professionalmente organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o servizi", art. 2082 del vigente codice civile italiano.

3. Ecosistemi dirompenti

In questa terza e ultima parte del lavoro intendiamo analizzare le cinque esperienze italiane in termini di ecosistema e ne ricerchiamo i punti di fragilità per sostenere la loro possibile affermazione come sistema di sviluppo H2H.

3.1. *L'ecosistema dell'innovazione sociale dirompente italiana*

Prima di fare un altro passo in avanti è necessario farne uno indietro: che cosa è un'impresa-piattaforma? Finora abbiamo così indicato i nostri cinque casi studio ma è ora arrivato il momento di inquadrare con maggiore precisione questa fenomenologia, tutt'altro che storicizzata e che anzi parrebbe contraddire quel senso comune che vede nell'impresa un soggetto assolutamente concentrato su sé stesso e i propri obiettivi specifici. Perché qui non parliamo più di reti, filiere, collaborazioni, associazioni... parliamo invece di un'impresa che coinvolge nei propri processi, accogliendo al proprio interno, organizzazioni simili che hanno una loro forte autonomia e che nell'impresa trovano una piattaforma che ne favorisce la crescita. Da questo punto di vista, possiamo affermare che le imprese-piattaforma rappresentano l'evoluzione della rete tra imprese perché non sono più interorganizzative ma legano tra loro i clienti, che diventano anche fornitori (prosumer). Così facendo l'impresa non solo eroga direttamente beni o servizi ma disegna l'ambiente in cui avvengono le interazioni e accoglie al suo interno altri nuclei organizzativi (Pais, 2014). Approfondendo l'analisi dei nostri cinque casi troviamo ampia documentazione a comprova di questa tesi.

Interessante notare come su questi stessi temi i circuiti di economia solidale stiano formulando riflessioni analoghe. All' "Art.2 – Definizioni" della proposta di legge regionale, il Forum per i Beni comuni e l'Economia solidale del Friuli Venezia Giulia formula una definizione di 'Comunità', di 'Economia Solidale', di 'Filiere' e di 'Distretto' che moltissimo hanno in comune con questa nostra lettura. Così come le analogie arrivano dal mondo dei fablab e dell'open-source.

È come se fossimo di fronte ad una serie di comunità che ci propongono un diverso futuro dell'economia basato su fiducia, incontro, confronto (Biolghini, Saroldi, 2013).

Ma la caratteristica più dirompente è la 'rottura' della distinzione tra produttore e consumatore. PianoC è contemporaneamente una srl e un'associazione. Accoglie all'interno del proprio ambiente alcuni coworkers ma anche una piccola società, 'Mammechefatica', che si assume la gestione di uno spazio bimbi offerto anche ai coworkers e ai soci di PianoC stesso. Qui il concetto di prosumer è chiaro: Mammechefatica nell'acquisizione dello spazio bimbi è cliente di PianoC che a sua volta è cliente come utilizzatore dei servizi offerti. Entrambe sono potenzialmente clienti e/o produttori nei confronti dei coworkers.

Ancora. I teatri occupati offrono a società, associazioni, cooperative e collettivi artistici, che sono i loro clienti, l'agibilità di spazi di aggregazione e produzione culturale ma contemporaneamente acquisiscono da loro gli artefatti sociali e culturali frutto dell'opera di produzione. E questi scambi si estendono da ogni singolo spazio all'insieme, il sistema, che con Silvia Jop chiamo "Arti e teatri in rete".

Il rapporto tra gli altri spazi di coworking ed incubazione e i loro frequentatori-beneficiari non è molto diverso. Anche quello tra Lavoroculturale come piattaforma di coproduzione e i singoli gruppi di ricerca che lavorano ai "focus" segue le medesime 'regole'. Similitudine che può essere estesa alla piattaforma Doppiozero/Che Fare! come spazio di 'con-ricerca' e i 40 progetti che per mesi si sono raccontati ed autopromossi mediante campagne social dal forte impatto mediatico.

L'impresa-piattaforma diventa così "una metafora utile a indicare una nuova forma di organizzazione, anche per aziende tradizionali. Aziende che non considerano i clienti semplici consumatori ma parte del processo produttivo, che integrano l'offerta di beni e servizi con quella di ambienti per la loro creazione e condivisione e che sempre più spesso ricercano professionalità in grado di gestire questi processi" (Pais, 2014).

Questa descrizione e questi esempi riportano subito alla mente la definizione di ecosistema: "Ogni ecosistema è costituito da una comunità di organismi viventi che interagiscono tra di loro; una comunità è a sua volta l'insieme di più popolazioni costituite ognuna da organismi della stessa specie. L'insieme delle popolazioni e cioè la comunità, interagisce anche con la componente abiotica formando l'ecosistema, nel quale si vengono a creare delle interazioni reciproche in un equilibrio dinamico" (Wikipedia).

Nessun obiettivo di naturalizzare un fenomeno assolutamente discrezionale, bensì la volontà di riconoscere la complessità di un nuovo modo di organizzare la produzione di valore attraverso la partecipazione di una molteplicità di attori accomunati da una stessa, o simile, tensione-obiettivo.

Si assiste poi ad un fenomeno altrettanto interessante. La natura ecosistemica travalica i confini organizzativi. Come se si riconoscessero membri di una stessa 'popolazione' le imprese-piattaforma entrano tra loro in relazione e costruiscono nuove comunità e quindi un nuovo ecosistema di grado superiore, che potremmo definire come 'ecosistema italiano dell'innovazione sociale dirompente'. Analizzando i due principali profili social delle organizzazioni studiate, Facebook e Twitter, possiamo riscontrare una forte simmetria tra 'follower' e 'following' che indica un elevato grado di interazione social tra le cinque. Ma non si limitano a questo. La componente social è per loro solo uno strumento facilitante tra molti. Il numero di progetti, produzioni e iniziative che vedono la partecipazione attiva e congiunta di due o più nuclei di questo gruppo è significativo. I terreni di confronto culturale, poi, sono altrettanto numerosi. E queste reti relazionali si allungano anche al di fuori dei confini nazionali, configurando nuovi ecosistemi ancora più estesi.

Pare di trovarsi di fronte ad imprese che hanno una continua tensione a trovare loro simili, a costruire nuove relazioni e ampliare il proprio orizzonte di riferimento. Che crescono condividendo, senza perdere le caratteristiche iniziali nella fusione con altri, semmai alterandole nella continua ricerca di nuove interazioni.

E la rivoluzione copernicana rappresentata dal concetto di impresa-piattaforma è tutta in questo passaggio: non siamo di fronte ad imprese che si fanno comunità, cosa peraltro già vista e analizzata, siamo invece di fronte a comunità che si fanno impresa nel senso più genuino e vero del termine, quello che rimanda al concetto di intrapresa, ovvero l'iniziativa del fare. E questo ci può aiutare a spiegare anche la varietà di forme societarie che le comunità attivate si danno - associazioni, cooperative, s.r.l., collettivi... - e che rappresentano una mera scelta strumentale attraverso la quale le comunità si organizzano per intrattenere relazioni codificate con il mondo circostante. Questa proposta di approccio invita alla rilettura, in parte critica, di Olivetti (1949) in "Democrazia senza partiti". Invita soprattutto ad ulteriori approfondimenti e analisi delle pratiche discorsive delle nostre cinque imprese-piattaforma e alla verifica della possibilità di arrivare a definirle, in taluni casi, come vere e proprie comunità-impresa. In questo caso ci troveremmo di fronte a gruppi di individui riuniti in comunità che si adoperano per perseguire fini comuni che si svolgono nello spazio sociale e ne modificano le stesse geografie. Che cos'è questa se non partecipazione civile?

Studiare un 'corpo' in continuo movimento, però, è cosa assai complessa ed espone al rischio di elaborare

informazioni che sono già superate nel momento della lavorazione. Per questo nell'ultima parte del lavoro, nella quale ci concentriamo sull'analisi dell'ecosistema nazionale, prendiamo in esame tre componenti che presentano una certa continuità nell'evoluzione delle cinque imprese-piattaforma in esame: la radicalità, l'autonomia, la forza istituyente. Si tratta di tre ambiti nei quali i temi della storia, della critica e del rapporto con il potere - i tre 'punti deboli' attribuiti al concetto di innovazione sociale in "Oltre la retorica della Social Innovation" (Busacca, 2013) - si intrecciano fortemente nell'identificazione del presente e nella costruzione del futuro.

3.2. Ecosistemi radicali

Se la radicalità esprime un'azione profonda di rinnovamento, le nostre cinque imprese-piattaforma sono certamente portatrici di istanze a pratiche che possiamo così definire. Lo sono lungo uno spettro ampio e graduato che arriva alla capacità del Teatro Valle, nell'ambito di una polemica con Matteo Renzi, di aver saputo dare visibilità nazionale al tema della produzione di beni pubblici, caro anche a Lavoroculturale, in situazioni ai limiti o oltre la legalità (Zandonai, 2014). Dopo due anni di incessante lavoro il gruppo di soggetti che aveva riaperto il Teatro Valle di Roma si è visto negare la possibilità di costituirsi in Fondazione perchè privo della disponibilità legittima del teatro.

Ma non è meno radicale costruire forme di conciliazione tra la condizione femminile di madre e quella di lavoratrice o professionista che non richiedano la supremazia di una condizione sull'altra – su questo fronte PianoC coniuga servizi conciliativi a interventi formativi e culturali che rafforzano contemporaneamente il ruolo genitoriale e professionale delle mamme. O ancora, voler ricostruire interi paesi e quartieri ridefinendone i confini culturali e materiali come propongono alcuni dei progetti finalisti di Che Fare! e Culturability – il tema della rigenerazione urbana e quello del riuso di edifici inutilizzati sono tra i più presenti in entrambe le piattaforme e mettono in evidenza tutti i limiti di una normativa incapace di coniugare le istanze di recupero con i diritti d'uso e possesso.

Cosa hanno in comune tutte queste idee? Pongono, con l'urgenza di cui sono capaci, il tema dei modelli di governance delle strutture socialiculturali e nel farlo propongono di riconfigurare il rapporto tra comunità e mercato. Anzi, già lo riconfigurano di fatto nelle loro pratiche e si candidano, anche involontariamente, come elemento di contaminazione per altre esperienze.

E che cosa è tutto questo se non la costruzione di un immaginario radicale (Castoriadis, 1983) che nell'ecosistema trova un ambiente più ampio, sociale, di sviluppo e affermazione? È proprio grazie alla caratteristica di 'piattaforma' che quell'immaginario radicale transa dalla dimensione micro, individuale, a quella macro, della comunità. Siamo di fronte a degli immaginari che sono contemporaneamente forma, sostanza e idea creativa e che non possono sopravvivere in assenza della relazione tra individuo e società nel suo complesso. Sono pratiche che configurano un nuovo immaginario istituyente che definisce nuove norme, valori, linguaggi, strumenti, procedure e metodi di relazione con il mondo (Castoriadis, 1997).

Attraverso la loro innovazione radicale queste imprese ci aiutano ad uscire dalla fine della storia: non accettano la riduzione a soggetto passivo modellato da forze superiori e si appropriano della possibilità di darsi da sole le proprie regole e istituzioni. Infatti, accettare la nozione di immaginario radicale significa riconoscere come fondamento ultimo di queste organizzazioni la creatività, intesa come capacità di creare forme e figure che non esistevano precedentemente.

Se però passiamo dall'analisi delle loro pratiche a quella delle auto-narrazioni troviamo uno iato profondo: in pochissimi casi quella radicalità viene espressa in modo esplicito. Una ragione è certamente rappresentata dalla natura stessa di queste organizzazioni, che sono prima di tutto intraprese e quindi orientate al fare. Ma sono contemporaneamente organizzazioni molto attente alla comunicazione e alla loro rappresentazione e quindi è difficile pensare ad una disattenzione o a superficialità. Il tema della radicalità è quasi sempre secondario rispetto ai più sentiti temi del cambiamento, della comunità e della relazione, anche se molte delle loro produzioni sono chiaramente improntate alla radicalità e alla conflittualità: beni comuni versus proprietari, garanzie per i lavoratori del terziario avanzato versus precarizzazione, fragilità versus produttività nel lavoro femminile, economia della conoscenza versus capitalismo cognitivo... Ma la radicalità non è pronunciata. E' come se anche queste organizzazioni scontassero quell'approccio che ha ben espresso Gattinara e che abbiamo proposto nel paragrafo 1.2. Tuttavia, anche il linguaggio è creazione immaginaria e come tale contribuisce alla costruzione delle istituzioni sociali. Scegliere di non usare alcune parole, come ad esempio radicale o conflitto, significa modellare un preciso presente.

Questa pratica non si esaurisce nella rappresentazione di loro stesse. Viene mutuata nella descrizione degli altri. È del tutto assente quella forma di dura critica che potrebbe aiutare a identificare con più chiarezza la dialettica in corso. Potremmo dire che è presente una forte radicalità ma è fortemente assente la conflittualità, ad eccezione di Arti e teatri in rete.

Penso a quel tipo di critica durissima con cui Marx, ad esempio, descrisse la borghesia nell'incipit del "Manifesto del Partito Comunista", borghesia alla quale non risparmiava la ferocia pur riconoscendole un "ruolo altamente rivoluzionario" nella storia. Nelle nostre cinque, seppur tutte fortemente impegnate nella produzione di significati simbolici, il racconto dell'analisi critica di ciò che è diverso e antagonista è secondaria rispetto alla praticità del fare. Però questa dialettica c'è nei fatti ed è praticata anche duramente, ma viaggia lungo rette parallele che posticipano ad un punto indefinito e tendente all'infinito il proprio punto di incontro-scontro. Il *nostro* ecosistema Supera la conflittualità attraverso l'appropriazione di spazi di agibilità nei quali esprimere i propri percorsi (Carlsson, 2010).

L'introduzione della conflittualità come bisettrice di un ambiente non omogeneo non solo avrebbe funzioni chiarificatrici per chi quell'ambiente lo osserva per curiosità o interesse; avrebbe anche la funzione di recuperare la centralità dell'atto di distruzione creatrice che Schumpeter (1911) attribuiva all'innovazione e all'impresa e che a mio parere inquadra perfettamente le nostre cinque.

In assenza di questa conflittualità radicale è forte il rischio di sussunzione di questi immaginari radicali alla società istituita, percorso che è in parte iscritto nel DNA stesso del concetto di innovazione sociale così per come è stato fino ad oggi veicolato nel suo discorso mainstream.

3.3. Ecosistemi dell'autonomia

L'innovazione sociale è alimentata oggi da almeno due fronti differenti: dal basso, cioè dalle pratiche delle organizzazioni sociali che si attivano nei territori, e dall'alto, cioè incentivata e promossa da organizzazioni che la ritengono strategica. In questa parte del lavoro mi interroghiamo circa la possibilità di costruire reali forme di autonomia tra i due piani.

Il successo del 'fenomeno' innovazione sociale è provato dalle migliaia di festival, premi, competizioni, pubblicazioni e centri di ricerca che si qualificano per il loro interesse sul tema (Busacca, 2013). Negli ultimi

due mesi, nella sola Italia, si sono svolte una media settimanale di 2,3 manifestazioni di rilevanza interregionale⁴. La nuova programmazione europea rappresenta il massimo punto di attenzione al tema dell'innovazione sociale. Centinaia di miliardi di euro sono canalizzati nei molti programmi pilastro, ognuno dei quali ha tra le proprie priorità proprio il nostro tema: EaSY, Life, Helth the grow, Horizon2020, Creative Europe, Rights and Citizenship, Europe for Citizens e Asylum and migration fund sono i pilastri finanziari che orienteranno molte delle pratiche che agiranno sul fronte dell'innovazione sociale nei prossimi sette anni.

Questo è certamente il risultato di un lavoro di lobby costruito ad arte dai principali network internazionali di imprese noprofit e lowprofit. Ma ci ha messo del proprio anche la forza del fenomeno culturale e simbolico che ha reso l'innovazione sociale uno dei pilastri sul quale costruire l'uscita da una crisi economica che dura da quasi un decennio.

Tutto questo, però, ci mette di fronte ad una contraddizione assoluta, ancora più enfatizzata se intendiamo l'innovazione come processo di distruzione creatrice: come possono le pratiche di innovazione sociale distruggere creativamente i loro stessi sostenitori/finanziatori? E questo stesso interrogativo vale per le centinaia di competizioni bandite dalle corporation o dai grandi brand internazionali.

Qui il tema dell'autonomia e del suo contrario, la dipendenza, emergono in tutta la loro forza e ci aiutano a dare una ragione – che si somma alle altre elencate in Busacca (2013) – all'assenza o alla lievitazione delle pratiche conflittuali. Prendiamo a prestito la chiusura di un post molto autocritico in cui Filippo Addarii (2013) racconta questa contraddizione presentando una pratica di innovazione sociale che è riuscita ad emergere in modo autonomo: "Hanno veramente bisogno di noi o siamo noi, i fondi, Roma e tutta la macchina di Bruxelles che abbiamo bisogno di loro?".

Se ci guardiamo attorno possiamo scovare centinaia di pratiche di innovazione sociale assolutamente capaci di autonomia. Ma ce ne sono altrettante che sono assolutamente innovative sul piano sociale ma che scontano una totale dipendenza dal noi di Addarii.

Da questo punto di vista, l'impresa-piattaforma rappresenta un fattore di diversità estremamente interessante. Costruita come un ecosistema di pro-sumer, l'impresa-piattaforma si configura come una comunità di scambio che sviluppa un'economia interna tendente all'autosostenibilità grazie ad una dinamica circolare frutto di relazioni cooperative all'interno dell'ecosistema.

4 Fonti: Aiccon, Euricse, Iris Network

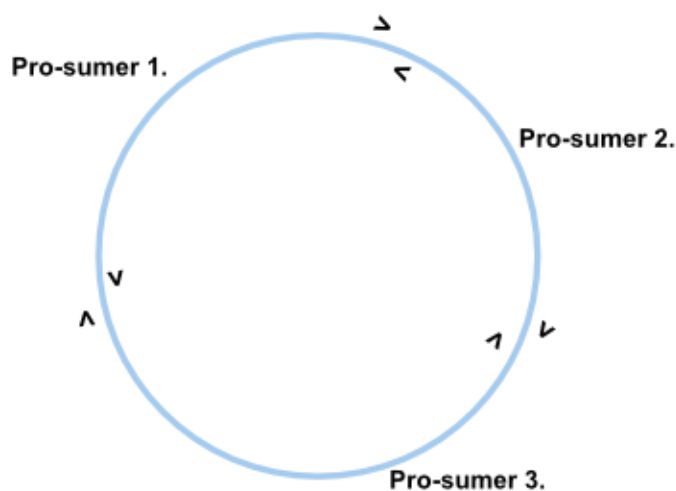


Fig.2 – Dinamica circolare dell'ecosistema 'impsea-piattaforma'

Se andiamo ad analizzare le principali fonti di finanziamento delle nostre 5 imprese-piattaforma vedremo che sviluppano un modello di sostenibilità economica fondato proprio sulla circolarità. Ad eccezione di Panspeech, che però è solo uno dei tanti progetti dell'ecosistema Lavoroculturale, in tutti i casi analizzati non c'è che traccia marginale di loghi, diciture o immagini istituzionali, che rappresentano l'indicatore principale di compartecipazione economica di enti e istituzioni pubbliche. Anche gli sponsor privati sono poca cosa. Sono prevalenti i partenariati con organizzazioni simili dal punto di vista dell'impostazione e delle dimensioni.

Si tratta quindi di organizzazioni che appaiono indipendenti da altre organizzazioni di grado superiore. Indipendenti non significa prive di relazioni. Al contrario, sviluppano tutte relazioni strutturate e continuative con quelle organizzazioni, siano esse di natura pubblica o privata. Anche il circuito di Arti e teatri in rete, che tra le cinque è certamente l'impresa-piattaforma più conflittuale, pratica relazioni continue con entrambe le tipologie di organizzazioni. La dinamica circolare dell'impresa piattaforma, quindi, non significa assenza di relazioni con l'esterno dell'ecosistema. Significa però autonomia finanziaria e quindi democratica e quindi strategica e quindi progettuale. Significa dotarsi di una soggettività che permette all'impresa-piattaforma, nel suo tentativo di innovare l'ambiente che occupa, di costruire relazioni senza le incrostazioni della dipendenza.

Da questo punto di vista i premi e i concorsi, soprattutto quelli promossi dalle grandi organizzazioni pubbliche, rappresentano una sorta di doping o, peggio, una forma di controllo che non favorisce il dispiegarsi di un'innovazione realmente dirompente a meno di non postulare che quelle grandi istituzioni siano anche in grado di accogliere pienamente la possibilità di una loro riconfigurazione totale, cosa che però anche senza Weber non pare affatto reale. Il rischio è di favorire la produzione di una innovazione sociale governamentalizzata.

Quello che invece appare del tutto reale è che queste nostre organizzazioni, le imprese-piattaforma, agiscono nell'ambiente sociale attraverso una molteplicità di relazioni, che sono relazioni di potere che "attraversano, caratterizzano, costituiscono il corpo sociale" e che non potrebbero "né stabilirsi, né funzionare senza una produzione, un'accumulazione, una circolazione, un funzionamento del discorso vero" (Foucault, 1976).

3.4. Ecosistemi istituenti

Ognuna delle cinque imprese-piattaforma che ci hanno accompagnato nella riflessione teorica fin qui condotta si caratterizza per una sempre maggiore visibilità. Si tratta di una visibilità che non è solo mediatica, ma è anche istituzionale e culturale. Siamo cioè di fronte ad esperienze che iniziano a condizionare il presente in cui agiscono in quanto buone pratiche o soluzioni efficaci a problemi sociali emergenti: il tema della cultura e della conoscenza, quello dell'intraprendenza imprenditoriale (per non usare l'abusato termine start up), la valorizzazione del patrimonio edilizio inutilizzato e la collaborazione come approccio alla produzione di valore sono tutte questioni sociali aperte per le quali le nostre cinque avanzano proposte e sviluppano pratiche del tutto innovative.

In questo senso non possiamo non riconoscere che sono state in grado di produrre trasformazioni, che hanno iniziato ad essere economicamente vantaggiose e politicamente utili.

Quando la comunità che ha riaperto il Teatro Valle di Roma diventa Fondazione sta contemporaneamente facendo tre cose: si costituisce come una comunità-impresa; opera come un'impresa-piattaforma; sperimenta un nuovo modo di gestire un bene comune materiale, il teatro appunto, ed uno immateriale, la produzione di cultura e conoscenza. E non è un'intenzione: dal 2011 ad oggi quel loro nuovo sistema di governance, perchè di questo si tratta, ha operato a pieno ritmo.

Le altre quattro seguono un percorso simile. I coworkers milanesi, che nel loro insieme possiamo definire comunità-impresa, operano analogamente introducendo nel contesto locale nuove forme di sostegno all'imprenditorialità e quindi all'occupazione, in un momento storico in cui il lavoro è il problema sociale per antonomasia. Doppiozer/Che Fare! sviluppa un nuovo modo di incentivare l'innovazione sociale e connette tra loro una molteplicità di esperienze che altrimenti rimarrebbero del tutto separate tra loro, cioè avoca a sé quella funzione che è tipicamente pubblica di costruire un sistema. Lavoroculturale porta la ricerca, che è tradizionalmente accademica, nell'azione concreta che costruisce processi sociali che riguardano la salute mentale, i migranti, le istituzioni. Fondazione Unipolis attraverso Culturability introduce nuove soggettività cooperative nei processi di produzione culturale.

Ognuna di queste ha così istituito nuovi pezzi di società e lo ha fatto avendo chiaro un orizzonte innovativo e del cambiamento sia nei processi che nei prodotti che ha sviluppato: laddove l'impresa-piattaforma è una nuova forma organizzativa imperniata sulla collaborazione, la comunità-impresa è il punto di arrivo di una molteplicità di percorsi che hanno favorito la partecipazione dei singoli individui a progetti più ampi e complessi di quelli personali.

Il progetto Apparecchioperapiredaldisotto dell'Ex Asilo Filangieri di Napoli, Macao di Milano e S.a.L.e. Docks di Venezia; la Social Innovation Factory di Bologna; FabriQ di Milano; Panspeech; il sardo Liberos e molti altri ancora sono prodotti socialiculturali che interrompono la monotonia e gettano nella mischia nuovi beni, servizi e processi.

Sono tutti percorsi che coniugano valore economico, culturale e sociale, individuale e collettivo; coinvolgono in modo originale una molteplicità di attori; bilanciano istanze commerciali e socialculturali; operano contemporaneamente attraverso reti fisiche e virtuali in un processo di costruzione di comunità.

Come ogni fenomeno orientato al cambiamento hanno anche dei punti di fragilità: nella loro logica circolare, sono tutti destinati ad un target di prosumer che come tale è dotato di elevate abilità, capacità, competenze e risorse. Da questo punto di vista ricordano i fablab (altra struttura che potremmo definire impresa-piattaforma laddove intreccia uso individuale, collettivo, culturale, sperimentale e commerciale), che per essere utilizzati richiedono un livello base di alfabetizzazione tecnologica che restringe fortemente il numero dei possibili membri della comunità.

Pur avanzando delle proposte di innovazione socialeculturale dai potenziali impatti dirompenti, i prodotti materiali e immateriali delle nostre cinque restano appannaggio di una ristretta cerchia di persone e le nostre imprese-piattaforma, almeno nella loro comunicazione pubblica, non si pongono quasi mai il problema di come redistribuire i loro prodotti, che sono i nuovi mezzi di produzione in un'economia fondata sulla conoscenza, verso gli individui più deboli della società, quelli a cui l'innovazione sociale si candida di risolvere i problemi.

4. Conclusioni

Analizzata con la lente della ‘Disruptive Innovation’, l’innovazione sociale diventa Disruptive Social Innovation, cioè un fenomeno ciclico che si concentra in periodi storici caratterizzati da una forte pressione sociale determinata dalle trasformazioni sistemiche in atto. La c.d. ‘crisi economica’ che stiamo attraversando è una di queste fasi e si caratterizza per il trasferimento della produttività dal capitale fisico al capitale intangibile e quindi per la centralità della conoscenza come fattore della produttività stessa. La conoscenza presenta però delle caratteristiche del tutto peculiari: è un bene che aumenta con l’uso e con la circolazione, caratteristica che ci aiuta a comprendere il successo e la diffusione della sharing economy e delle sue pratiche collaborative che intervengono a sostegno di un’intensa produzione cognitiva. Nascono così forme di ibridazione che rappresentano la manifestazione del processo evolutivo di imprese ‘socialiculturali’ che rigenerano i loro modelli organizzativi e produttivi.

Se le imprese-piattaforma rappresentano di per sé stesse un elemento di innovazione radicale in termini di forma organizzativa, il concetto di comunità-impresa è ‘disruptive’ perché modifica totalmente il concetto di impresa e quello di partecipazione.

Le cinque impresa-piattaforma che hanno accompagnato l’esposizione sono solo alcune delle molte che in questi anni si stanno innestando nei contesti locali. Sono però tra quelle che si caratterizzano per due elementi distintivi: da un lato la capacità di costruire ‘bioregioni culturali’ ad ampio respiro, dall’altro la capacità di tenere assieme il discorso sociale con quello culturale senza rintanarsi in un ambito specifico della produzione. I confini amministrativi o di mercato non sono più sufficienti per descrivere delle esperienze che ne travalicano i limiti sia in termini di spazio – costruendo relazioni con una molteplicità di prosumer locali a distanze variabili – che in termini di prodotto – di cui ridisegnano nuove funzionalità complesse.

Questi due elementi, sommati, ci fanno avanzare l’ipotesi di essere dinnanzi ad una fase di costituzione di un ecosistema nazionale dell’impresa ‘socialeculturale’ innovativa che si sta formando su alcuni pilastri specifici: la collaborazione, la comunità e la partecipazione che si relazionano anche attraverso la tecnologia come strumento facilitante.

Se hanno già ampiamente superato la loro fase di immaginario radicale, si trovano oggi nella condizione di immaginario sociale istituyente.

Perché possano transitare dalla fase istituyente a quella di società istituita, semmai ce la faranno, hanno bisogno di intervenire su tre fronti:

1. Esercitare forme di conflittualità nei confronti dell’attuale società istituita, così da definire in modo inequivocabile il loro orizzonte di senso.
2. Liberarsi della dipendenza dalle istituzioni che attualmente governano i processi sociali, così da poter dispiegare tutta la loro capacità di innovazione e cambiamento.
3. Redistribuire i loro prodotti a fasce di popolazione sempre più ampie e diversificate, così da ampliare il loro ecosistema.

Laddove “il capitalismo produce meccanicamente delle ineguaglianze insostenibili, arbitrarie, rimettendo

radicalmente in causa i valori meritocratici sui quali si fondano le società democratiche. [...] non esistono forze autogeneranti, interne al capitalismo stesso, che possano, soprattutto nel breve termine, contrastare tali tendenze, tendenze che alla lunga potrebbero al contrario generare squilibri, crisi e minacciare lo stesso processo di crescita del reddito complessivo e del benessere sociale” (Thomas Piketty, 2013)

Darsi quindi un orizzonte conflittuale non significa necessariamente realizzare la ‘vera innovazione sociale’, quanto piuttosto perseguire un particolare tipo di innovazione sociale “disruptive” e fare ciò ci impone di ricordare che l’innovazione non è solo sistemica ma può anche essere antisistemica e in alcuni casi deve addirittura esserlo; significa guardare all’innovazione sociale nei suoi diversi campi di costituzione e di validità, nei suoi molteplici ambienti teorici e questo atteggiamento ci aiuta a guardare alle innovazioni sociali più che all’innovazione sociale, ci obbliga a procedere fuori da passaggi familiari e a scoprire il nuovo (Foucault, 1969).

Bibliografia

- Addarii F. (2013), "Hanno davvero bisogno di noi? Una lezione da S. Giovanni a Tetuccio", Dating 4 Good - Vita
- Addarii F. (2014), "Societal entrepreneurship: an agenda to reinvent Europe in a small world" su <http://esharp.eu/big-debates/social-entrepreneurship/171-societal-entrepreneurship-an-agenda-to-reinvent-europe-in-a-small-world/>
- Agnati A. (2001), "Critica dei massimi sistemi dell'economia politica" VI Ed, Cedam
- Arduini S. (2013), "Le 6 scuole di pensiero sull'impresa sociale", Vita
- Autori vari (2013), "Io Sono Cultura - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi - Rapporto 2013", Symbola
- Auvinet C., Lloret A. (2011), "Catalytic innovation as a strategy for social change and economical success. The case of Mexico", Cuadernos de Estudios Empresariales
- Biolghini D., Saroldi A. (2013), "Un'economia nuova, dai Gas alla zeta", Altraeconomia
- Bonacina R., Borzaga C., Borgonovi E., Mazzullo A., Guerini G. (2013), "Impresa Sociale 2.0", Vita
- Borzaga C. (2011), "Il modello italiano che fa invidia a Cameron", Vita
- Bower Joseph L., Christensen Clayton M. (1995), "Disruptive Technologies: Catching the Wave", Harvard Business Review
- Busacca M. (2013), "Oltre la retorica della Social Innovation", Rivista Impresa Sociale 2/2013
- Carlsson C. (2010), "Now Utopia", Shake Edizioni Underground
- Castelli Gattinara E. (2004), "Conflitto: il padre di tutte le cose", Aperture
- Castoriadis C. (1983), "L'istituzione immaginaria della Società" trad. it. 1995, Bollati Bolinghieri
- Castoriadis C. (1997), "La razionalità del Capitalismo" trad. di Roberto Camarlinghi, Revue Internationale de Psychosociologie"
- Caulier-Grice J., Davis A., Patrick R., Norman W. (2012), "Defining Social Innovation", a deliverable of the project "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission - 7th Framework Programme, DG Research. European Commission, Brussels. Lead partner: The Young Foundation
- Christensen Clayton M. (1997), "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail", Harvard Business School Press
- Christensen Clayton M. (2003), "The innovator's solution : creating and sustaining successful growth", Harvard Business Press

- Christensen Clayton M., Baumann H., Ruggles R., Sadtler T.M. (2006), "Disruptive Innovation for Social Change", Harvard Business Review
- Cole M. (1995), "Culture and cognitive development: From cross-cultural research to creating systems of cultural mediation", Culture & Psychology
- Coser L. (1956), "The functions of Social Conflict", The free press
- Cova B., Giordano A., Pallera M. (2008), "Marketing non-convenzionale. Viral, guerrilla, tribal e i 10 principi fondamentali del marketing postmoderno", Il Sole 24 Ore Libri
- Durkheim E. (1893), "La divisione del lavoro sociale" trad. it. 1989, Comunità
- Eagle N., Macy M., and Claxton R. (2010), Network Diversity and Economic Development, Science
- Esposito F. (1995), "Cornelius Castoriadis", Filosofico.net
- Euricse (2011), "Big Society: origini, reazioni, sviluppi. Nascita ed evoluzione del concetto di Big Society tra Regno Unito e Italia sulla stampa generalista ed economica - nov 2009 / mar 2011", Euricse Dossier n.1
- Foucault M. (1969), "L'archeologia del sapere", BUR Rizzoli 2013
- Foucault M. (1976), "Corso del 7 gennaio 1976 al Collège de France", in *Il faut déféndre la société*, Hautes Études, 1997 (trad. it. "Bisogna difendere la società", Feltrinelli, 1998)
- Foucault M. (1976), "Corso del 14 gennaio 1976 al Collège de France", in *Il faut déféndre la société*, Hautes Études, 1997 (trad. it. "Bisogna difendere la società", Feltrinelli, 1998)
- Gallino L. (2006), "Dizionario di Sociologia", UTET
- Galloni C. (2011), "L'impresa di parlare d'impresa culturale", Tafterjournal n.31
- Jop S. (2014), "Com'è bella l'imprudenza", Lavoro culturale
- Lorenz J., Rauhut H., Schweitzer F., Helbing D. (2011), How social influence can undermine the wisdom of crowd effect, PNA of Sciences of the USA
- Luhmann N. (1990), "Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale", Il Mulino
- Morel O. (2008), "Democrazia e progetto di autonomia" intervista a Cornélius Castoriadis trad. di Biancamaria Bruno, Lettera Internazionale n.95
- Negri A., Vercellone C. (2007), "Il rapporto capitale/lavoro nel capitalismo cognitivo", Posse
- Mulgan G., Landry C. (1995), "Creativity and Social Innovation", in *The Other Invisible Hand: Remaking Charity for the 21st Century*, Demos, London.
- Mulgan G., Tucker S., Ali R., Sanders B. (2007), "Social Innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated", The Young Foundation Working Paper, The Young Foundation

- Niessen B. (2014), "Oltre le Start Up Culturali", Il Sole 24 Ore
- Olivetti A. (1949), "Democrazia senza partiti", Edizioni di comunità 2013
- Pais I. (2014), "Start up / Avanza il modello delle aziende piattaforma", La Nuvola del Corriere
- Piketty T. (2013), "Capital in the Twenty-First Century", Belknap Press
- Polanyi K. (1944), "La grande trasformazione", Einaudi 1974.
- Pasquinelli M. (2013), "La potenza di astrazione e il suo antagonismo. Sulle psicopatologie del capitalismo cognitivo", Unimade
- Santagata W. (2009), "Economia della cultura" in "XXI" Secolo, Treccani
- Schumpeter J. (1911), "Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung", Duncker & Humblot, Leipzig (trad. en. "The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle", Harvard Economic Studies, 46, 1934)
- Spaggiari O. (2013), "Young Foundation: quando l'innovazione è di rottura" intervista al CEO Simon Willis, Vita
- Tognetti M., Venturi P. (2013), "La produzione di valore nell'era dell'ibridazione", Lama e Aiccon
- Trovar-Restrepo M. (2012), "Castoriadis, Foucault, and Autonomy. New approaches to Subjectivity, Society and Social Change", Continuum International Publishing Group
- Venturi P. (2013), "Share Economy e Valore di Legame", Cooperare - Vita
- Vercellone C. (2012), "La legge del valore nel passaggio dal capitalismo industriale al nuovo capitalismo", Unimade
- Zandonai F. (2014), "It's the commons, stupid!", Fenomeni - Vita