

Come le università, le istituzioni del mondo dell'arte producono un ampio spettro di conoscenza che spazia dalla ricerca pura a quella con finalità commerciali. Le università formano e danno lavoro a studiosi e imprenditori che formano l'opinione nel settore scientifico, economico, governativo e delle scienze sociali. Economisti del mondo accademico possono per esempio essere politicamente molto influenti, come per esempio Jeffrey Sachs, il quale dalla sua cattedra di Harvard negli anni Novanta invocò i controversi "trattamenti shock" che liberalizzarono rapidamente i mercati nelle economie controllate degli paesi ex-comunisti, come Polonia e Russia⁷⁵. Il ponte tra politica e mondo accademico è molto solido, come dimostrano figure come Robert Reich che nel corso della sua carriera si è diviso tra cariche nelle amministrazioni Ford, Carter, e Clinton e cattedre ad Harvard, Brandeis e Berkeley. Nel mondo dell'impresa, la ricerca in campo medico e high-tech può generare importanti ritorni per università come Stanford, University of Pennsylvania, University of Texas, o il MIT dove i laboratori fungono da incubatori per lo start up di attività redditizie (la spinta propulsiva impressa da Stanford agli albori della Silicon Valley è un modello molto invidiato e imitato da altre università). Negli Stati Uniti, ma forse anche nel resto del mondo, è meno frequente che gli umanisti diventino intellettuali politicamente influenti, ma nel mondo dei musei, intesi come un'interfaccia estremamente visibile tra un ampio pubblico e l'arte, la ricerca storico-artistica può fungere da "università" dell'arte⁷⁶. Nei musei, così come nei prestigiosi istituti di formazione, grandi patrimoni si combinano con ampie riserve di sapere⁷⁷. Questo è un modello di accumulo di informazione relativamente datato, il cui format più aggiornato è esemplificato da Google.