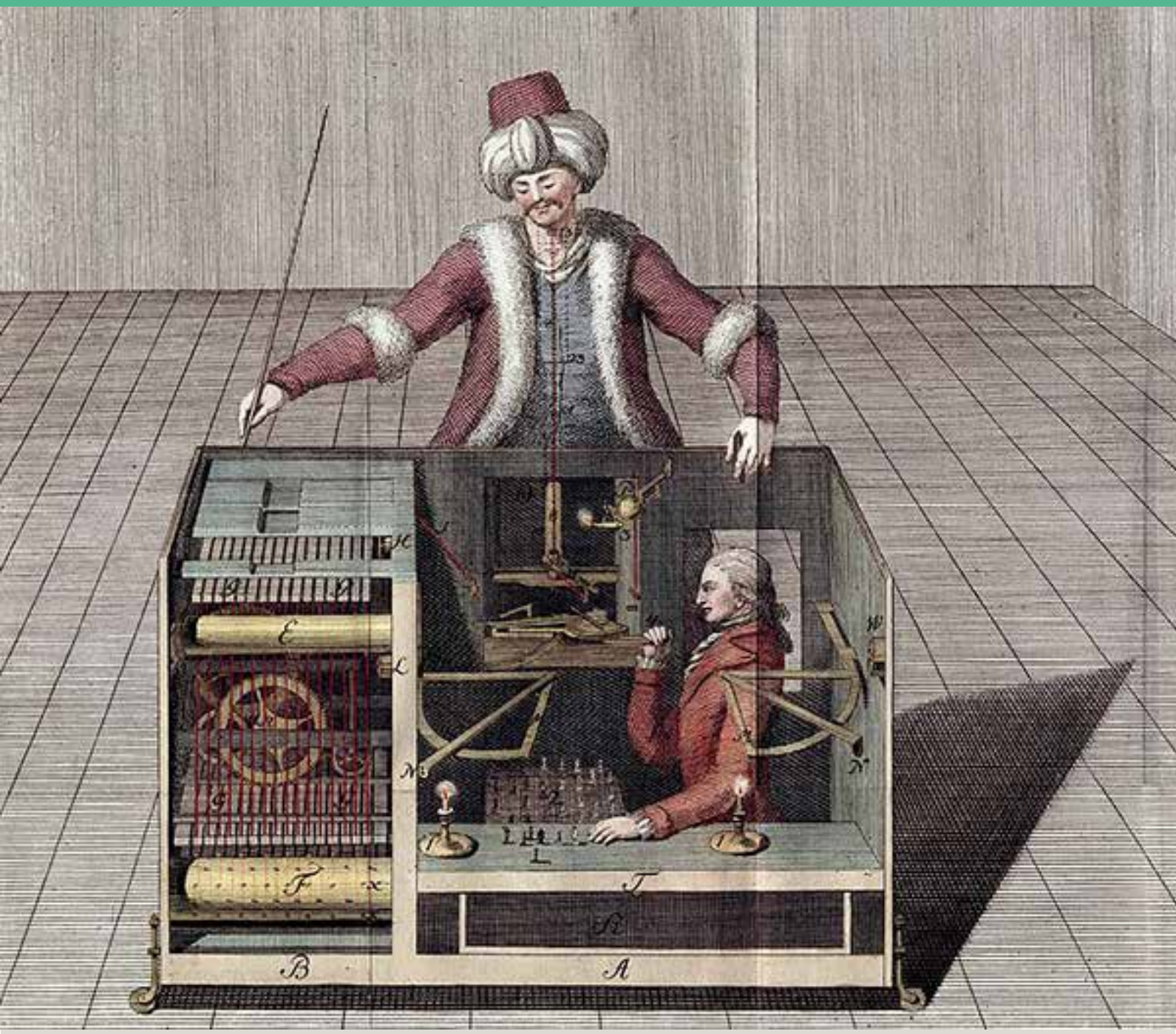


L'ENIGMA DEL VALORE

IL DIGITAL LABOUR E LA NUOVA RIVOLUZIONE TECNOLOGICA

Atti del convegno organizzato da Effimera,
1° giugno 2019, Milano, Casa della Cultura

EFFIMERA
CRITICA E SOVVERSIONI DEL PRESENTE

L’ENIGMA DEL VALORE

IL DIGITAL LABOUR E LA NUOVA RIVOLUZIONE TECNOLOGICA

I booklet di Effimera # 3

Atti del convegno organizzato da Effimera, 1° giugno 2019, Milano, Casa della Cultura

Prefazione e ringraziamenti

Questo e-book raccoglie gli atti del convegno organizzato dalla rete Effimera svoltosi a Milano, il 1° giugno 2019. Costituisce il primo di tre incontri che hanno l'ambizione di indagare quello che abbiamo definito "l'enigma del valore", ovvero l'analisi e l'inchiesta per comprendere l'origine degli attuali processi di valorizzazione alla luce delle mutate condizioni nell'organizzazione della produzione e del lavoro.

Vogliamo interrogarci, in particolare su tre aspetti: lavoro, natura, corpo ai tempi della produzione immateriale, della prestazione non pagata, dello sfruttamento dell'eco-sistema, del corpo, del welfare e della riproduzione sociale.

Oggi produzione e riproduzione sociale rappresentano i due canali privilegiati al cui interno scorrono i flussi dello sfruttamento contemporaneo e quindi della creazione di valore di scambio. Nuovi conflitti potenziali sono alle porte, non solo quello derivante dalla metamorfosi del rapporto capitale-lavoro (oggetto di questo primo seminario) ma anche e soprattutto del rapporto tra capitale e il vivente, nelle sue due declinazioni di zoè e di bìos (vita naturale e vita umana).

In questo volume, oggetto di studio è il digital labour ai tempi della crescita e della diffusione del capitalismo delle piattaforme, la sua scomposizione e le modalità di sussunzione materiale, cognitiva e ideologica che ne definiscono lo sfruttamento. Ringraziamo Franco Oriolo per la sbobinatura di alcuni interventi.

Autori e autrici: Emiliana Armano, Antonio Casilli, Roberto Ciccarelli, Carlotta Cossutta, Federico Chicchi, Andrea Fumagalli, Valentina Greco, Giorgio Griziotti, Daniela Leonardi, Stefano Lucarelli, Arianna Mainardi, Sandro Mezzadra, Annalisa Murgia, Elena Musolino, Giulia Rocchi, Carlo Vercellone, Stefania Voli.

Cover di Sergio Tringali

INDICE

FEDERICO CHICCHI: *Introduzione ai lavori* …… pag. 4

CARLO VERCELLONE: *Digital labour e big data nel capitalismo delle piattaforme: un nuovo estrattivismo?*..... pag. 9

ANTONIO CASILLI: *Preparare, verificare, imitare: perché il lavoro umano è necessario alla produzione di intelligenze artificiali* ……. pag. 25

GIORGIO GRIZIOTTI: *La simbiosi di piattaforme e finanza capitaliste nell'estrazione del valore-rete* …… pag. 42

ANDREA FUMAGALLI, STEFANO LUCARELLI, ELENA MUSOLINO, GIULIA ROCCHI: *Il digital labour all'interno dell'economia delle piattaforme: il caso di Facebook* ……. pag.46

ROBERTO CICCARELLI: *Dalla critica all'ideologia tedesca alla critica dell'ideologia californiana: la liberazione nella filosofia della forza lavoro* ……... pag. 71

SANDRO MEZZADRA: *Per la critica delle operazioni estrattive del capitale. Piattaforme digitali e cooperazione sociale* ..……. pag. 98

ANNALISA MURGIA, DANIELA LEONARDI, EMILIANA ARMANO: *Piattaforme digitali e territori di resistenza alla precarietà. Un'inchiesta sulla connettività dei riders di Foodora* …… …… pag. 107

LE SMAGLIATRICI (CARLOTTA COSSUTTA, VALENTINA GRECO, ARIANNA MAINARDI, STEFANIA VOLI): *Cosa può una mail? Il precariato accademico nell'epoca della raggiungibilità perenne* ……..…… pag. 122

Federico Chicchi

Introduzione ai lavori

Presenterò di seguito alcune brevi riflessioni senza nessuna pretesa di sistematicità. L'unico obiettivo che mi prefiggo è, infatti, quello di avviare i lavori di oggi proponendo alcune suggestioni senza pretendere in alcun modo di indicare i confini concettuali della discussione. Questi, sono sicuro, si determineranno in itinere con lo svilupparsi del dibattito.

Credo che a molti di voi non sia sfuggito il fatto che il titolo del seminario di Effimera che inizia oggi, ma che proseguirà attraverso la realizzazione di altri due importanti appuntamenti[1], ricalchi il titolo di un articolo di Claudio Napoleoni, uno dei più importanti interpreti italiani del testo marxiano, articolo che uscì sulla rivista "Rinascita" nell'oramai lontano 1978.

In che senso il valore è un *enigma*? E poi, perché a tanti anni di distanza è ancora oggi così importante interrogarne la questione? Napoleoni, come è noto, non fu poi così risolutivo a riguardo. Al contempo però in quel breve articolo non mancano, al di là delle intense riflessioni sul problema della "trasformazione" (del rapporto tra valori e prezzi delle merci) su cui il marxismo economico (e lo stesso Napoleoni) hanno sbattuto la testa in quegli anni, alcune importanti suggestioni di cui fare tesoro.

Certamente e ovviamente la questione del valore, del suo enigma, deve essere inquadrata all'interno del rapporto che Marx (e l'economia politica) istituisce tra *lavoro* e *valore*. Questo è un punto di partenza irrinunciabile; il problema è che oggi tale relazione è particolarmente difficile da osservare non solo per la scivolosità concettuale del tema del valore ma anche a causa della difficoltà crescente a circoscrivere l'*esperienza* di lavoro. In tal senso occorre, credo, domandarsi come sia possibile oggi intendere la relazione lavoro-valore e se la stessa relazione è sufficiente per comprendere in modo politicamente fruttuoso la qualità degli attuali processi di sfruttamento. Questa è una domanda che istituisce un primo terreno di ragionamento per il nostro seminario. Ma non acceleriamo troppo. Torniamo invece per un momento

[1] Il 1 febbraio 2020 si è svolto, alla Casa delle Donne di Milano, il II seminario su *l'Enigma del Valore*, dal titolo *Valore, biosfera, conflitto. La crisi ecologica e l'accumulazione*. Il terzo seminario su «corpi e la riproduzione sociale» è stato rinviato a data da destinarsi, una volta superata l'emergenza sanitaria.

a Napoleoni e al suo enigma del valore. Secondo me, due sono le cose che meritano, qui ed ora, di essere estratte da quella sua riflessione.

In primis, l'ipotesi che la contraddizione tra lavoro e valore (il tendenziale annullamento del lavoro nel valore che si produrrebbe via *oggettivazione* nel processo di produzione di capitale) ha una "tenuta storica che va parecchio al di là di quanto il marxismo abbia immaginato" (Napoleoni, 1978, p. 128). E questo in entrambe le direzioni del problema: il capitalismo non può, infatti, mai residuare del tutto il *lavoro* e il suo rapporto con il valore perché in fondo, in fondo, *è* questo rapporto.

Qui è molto importante intendere che *la forza-lavoro non coincide con il lavoro vivo e che quest'ultimo se* venisse del tutto oggettivato nei processi produttivi impedirebbe la formazione del plusvalore che è l'unica possibile sorgente del valore e del capitale – è qui potremmo dire che risiede il segreto della teoria marxiana del valore.

Si tratta dunque di comprendere il modo in cui il capitale (le sue operazioni), in modo logico e storico, ribadisce l'asimmetria di tale rapporto, differenziandolo e trasformandolo continuamente. D'altra parte, come Napoleoni afferma esplicitamente, non è possibile assumere questa contraddizione come fosse intrinsecamente e ineluttabilmente catastrofica e destinata in breve tempo a scoppiare. Per richiamare e parafrasare ancora le sue parole: il capitalismo (la sfera del valore) ha evidentemente una possibilità di funzionamento, una *tenuta storica* appunto.

Christian Marazzi, in proposito, ma rovesciandone la prospettiva, ci ha invitato più volte a intendere il funzionamento del capitalismo come un sistema caratterizzato da uno *squilibrio strutturale*. Propongo di tenerlo sempre a mente (e di farlo anche oggi): invece di postulare la tendenziale uguaglianza tra domanda e offerta (teoria dell'equilibrio generale), Marazzi ci spiega come nel capitalismo la seconda è sempre superiore alla prima (i salari non possono mai acquistare tutta la produzione di merci). In questo senso allora il capitalismo è anche la storia dei modi (si *economici ma soprattutto politici*) di risolvere e governare le crisi che lo attraversano e lo definiscono in modo endogeno.

In secondo luogo, secondo Napoleoni è opportuno tentare di disarticolare la questione dello sfruttamento marxiano dalla mera appropriazione quantitativa di un plusprodotto da parte del capitale. Questo significa che per assumere criticamente Il movimento che porta dal reificato al processo di reificazione non basta servirsi di un'analitica economica ma è necessario interrogare la questione del valore anche sul piano della critica politica e filosofica. Solo assumendo questo metodo sarà possibile intendere come una teoria dello sfruttamento, che voglia essere all'altezza del

presente, non possa fondarsi unicamente sulla descrizione dei processi di appropriazione di un pluslavoro non pagato. Occorre complicare il quadro in senso qualitativo in modo da individuare e quindi poter sollecitare i punti che il capitale deve continuamente *cucire* per garantire la sua riproduzione allargata. Per Napoleoni questo significa fare chiarezza sul divenire *coestensivo* dello sfruttamento al concetto di alienazione, in altre parole e in senso più ampio, collegare il rapporto di sfruttamento con il «dominio della cosa», con il «nesso sociale astratto che subordina tutti, indipendentemente dalla loro posizione nel processo economico».

Per dirlo diversamente, e usando le parole di Sandro Mezzadra e Brett Neilson tratte dalla introduzione del loro ultimo lavoro "The Politics of Operations": ciò di cui c'è bisogno è una politica capace di affrontare il neoliberismo e le operazioni estrattive del capitale a livello della loro intromissione nei tessuti materiali della vita quotidiana.

I tessuti materiali della vita quotidiana, a me pare una definizione formidabile per intendere il campo di forze all'interno del quale il potere del capitalismo oggi si esercita senza mediazioni sulla vita con lo scopo di estrarre e proprietarizzare il *valore*. Ecco allora che il rapporto, l'enigma che lega il lavoro al valore, deve essere problematizzato e osservato anche in quei contesti e in quelle formazioni sociali contemporanee in cui, *esploso* il lavoro salariato e le sue istituzioni regolative, la vita resiste alla sua, al contempo estensiva e intensiva, cattura e mercificazione. Il confine che si crea tra l'esercizio del biopotere e le resistenze alla sua cattura è lo spazio nevralgico di riproduzione su cui occorre insistere politicamente.

La socialità nel capitalismo è un risultato che non si determina che ex post (feticismo). In particolare, il quadro all'interno del quale il seminario di effimera intende indagare il nesso valore-lavoro è quello che riguarda *la trasformazione del capitalismo e dei suoi dispositivi di estrazione del valore alla luce dell'impatto che la nuova tecnologia digitale produce sul lavorare, sulla vita sociale e sulla soggettività.* Ci troviamo di fronte ad un nuovo (e inedito) paradigma (*platform capitalism*) che rivoluziona da capo a piedi il funzionamento del sistema socioeconomico? O diversamente siamo invece solamente (si fa per dire) di fronte a un'ulteriore evoluzione di quel *capitalismo cognitivo* che il post-neo-operaismo ha descritto a partire dal farsi sempre più immateriali e relazionali delle risorse di produzione da un lato e dello sfruttamento del comune e della cooperazione sociale (*general intellect*) dall'altro?

Per tentare di dare risposta a questo e a tante altre questioni che danno forma al dibattito sulle trasformazioni del capitalismo contemporaneo abbiamo pensato di sviluppare il *campo* del ragionamento in momenti differenti ma tra loro fortemente

intrecciati. Vediamoli rapidamente. Il primo riguarda il tentativo di definizione (ma forse potremmo meglio dire, di problematizzazione) dei confini di un modello *emergente* di lavoro, che possiamo chiamare, seguendo la definizione datagli da Antonio Casilli: *digital labor*. Il *digital labor,* come ci spiegherà in modo dettagliato il nostro graditissimo ospite, è l'esito *contraddittorio* e tutt'altro che scontato dell'applicazione di una nuova logica di estrazione del valore basata per lo più, ma non solo, sull'intermediazione tra capitale e lavoro delle *piattaforme digitali* e il tendenziale superamento delle tradizionali convenzioni regolative occupazionali basate sulla centralità del rapporto salariale. Tra i numerosi elementi che sarebbe possibile ricondurre alla definizione di questa nuova "fattispecie" di lavoro attorno al cui sfruttamento si formano sempre più estese aree di valore proprietario, forse merita di essere sottolineata, e qui da me solo frettolosamente anticipata, la qualità estremamente *diffusa* (nel senso di trasversale alle diverse sfere sociali di attività) e frammentata, e in certi casi direi anche pulviscolare, dell'esperienza del lavoro. Se da un lato questo tipo di lavoro assume come sua caratteristica distintiva (anche se non esclusiva) quella della centralità della *prestazione* (per lo più occasionale), sganciandosi sul piano della sua disciplina dalla tipica e precisata regolazione di tipo salariale, (assumendo e imponendo a chi lo svolge una *temporalità* sincopata e del tutto sganciata dal ritmo degli altri tempi di vita), dall'altro presenta tutta una serie di nuovi meccanismi di subordinazione che istituiscono nuove e stringenti modalità di eterodirezione (sostanziali anche quando non formali) dell'attività di lavoro (tracciabilità, disponibilità h24, gamification, ecc..). Accanto al definirsi di un ibrido e controverso profilo del lavoro, che potremmo definire come *attività prestazionale*, si diffondono, inoltre, tutta una serie di posture di attività che vanno dal lavoro "inconsapevole" (l'allenamento degli algoritmi) al lavoro gratuito basato sulle cosiddette *economie della promessa*.

Il secondo momento è dedicato alla ricostruzione dei processi che, all'interno di questo *frame,* realizzano l'estrazione del valore da quelle pratiche di cooperazione sociale che la rete e la sua infrastruttura oramai capillare rendono oggi possibile. In questo contesto è interessante interrogare ad esempio il rapporto (e il modo in cui si intrecciano con l'esperienza di lavoro) tra *platform cooperativism* e *platform capitalism*. Questa stringente prossimità che si viene a creare tra processi di condivisione e cooperazione e capitalismo rende conto di quello che possiamo definire con il concetto di valore-rete (*network value*).

Il terzo momento vuole essere invece una riflessione sulle pratiche di lotta e resistenza che è possibile costituire a partire dalla diffusione dei nuovi dispositivi

digitali di estrazione del valore. Inutile credo sottolineare come l'esasperata frammentazione del lavoro e le mediazioni tecniche di tipo digitale delle attività di cooperazione rendano particolarmente difficile la costruzione di percorsi collettivi del conflitto. In tal senso questa terza parte è quella su cui occorre investire di più al fine di iniziare un'attenta e al contempo spregiudicata traduzione dei saperi in lotta politica, consapevoli del fatto che non esiste alcuna teoria critica che sia tale se non è accompagnata da una prassi di radicale trasformazione del presente.

Carlo Vercellone

Big-data e Free Digital Labor nel capitalismo delle piattaforme: un nuovo estrattivismo?[2]

Questo contributo si focalizzerà sul tentativo di articolare due concetti attualmente al centro del dibattito sulle nuove forme di sfruttamento del capitalismo cognitivo: il concetto di estrattivismo e quello di *Free Digital Labor*. Il suo filo conduttore sarà strutturato attorno a tre domande dirimenti.

Può il concetto di estrattivismo coprire delle realtà in apparenza tanto diverse come il settore primario (agricoltura, pesca, attività mineraria ecc.) e l'economia digitale delle piattaforme e delle *data industries*?

In caso affermativo, quali sono le caratteristiche comuni e le differenze tra il vecchio e il nuovo estrattivismo digitale?

Infine, in che misura può il concetto di *Free Digital Labor* essere assimilato ad una vera e propria forma di lavoro, sia nel senso antropologico del termine, sia in quello di un lavoro *astratto* produttivo di plusvalore?

Per rispondere a queste domande, procederò in due tappe.

Nella prima, esaminerò la pertinenza della nozione di estrattivismo[3] alla luce delle forme di valorizzazione del capitalismo cognitivo contraddistinto dalla tendenza al *divenire rendita del profitto* (Vercellone, 2006).

Nella seconda, esaminerò alcuni aspetti cruciali della controversia esistente intorno al concetto di *Free Digital Labor*, partendo dalla sua forma per certi aspetti più pura,

[2] Quest'articolo è la trascrizione di una relazione effettuata il primo giugno 2019 al seminario *L'enigma del valore. Il digital labor e la rivoluzione tecnologica*, *Effimera*, Casa della Cultura, Milano. In numerosi passaggi la scrittura ne mantiene volutamente lo stile orale. Tengo a ringraziare tutti i colleghi con cui ho redatto nel quadro del progetto Decode un rapporto di ricerca sul capitalismo delle piattaforme e le sue alternative (Vercellone, Brancaccio, Giuliani Puletti, Rocchi, Vattimo 2018). Senza quel lavoro di riflessione collettiva questo contributo non avrebbe mai potuto vedere la luce. Resto beninteso il solo responsabile delle affermazioni sviluppate in questo contributo, ivi compreso degli errori che esso può contenere. Infine un grande grazie anche a Andrea Fumagalli, Giorgio Griziotti e Hervé Baron che hanno riletto una versione preliminare del presente articolo.

[3] Per una riflessione teorica approfondita sul concetto di estrattivismo, si vedano in particolare Hardt, Negri (2017) e Mezzadra, Neilson (2018),

quella del lavoro gratuito svolto dagli utenti Internet nelle grandi piattaforme della "gratuità mercantile"[4] dei social network e dei motori di ricerca.

1. Estrattivismo, comune e *big data* nella dinamica del capitalismo cognitivo

La dinamica del capitalismo cognitivo non si limita a rendere artificialmente scarse delle risorse normalmente abbondanti e gratuite come l'informazione, la conoscenza codificata e i beni culturali smaterializzati. Si esprime anche nell'accelerazione di una logica di predazione e rarefazione delle risorse naturali. Infatti, il capitalismo cognitivo non sopprime la logica produttivista del capitalismo industriale. La riarticola e la rafforza sotto l'impulso di forze strutturali che inglobano l'economia del materiale e dell'immateriale (Vercellone, 2014). Queste forze, come nel caso degli OGM e dei *big data*, mettono le nuove tecnologie al servizio di una strategia di standardizzazione e di trasformazione commerciale delle interazioni sociali e del vivente che accentua la destabilizzazione ecologica del pianeta e i rischi di distruzione della biodiversità e della varietà delle nostre forme di vita.

Così, l'accelerazione di un movimento di privatizzazione ed estrazione di risorse naturali (legno, petrolio, gas naturale, risorse minerarie e agricole, bio-pirateria farmaceutica, ecc.), che sembra richiamare le pagine più oscure dell'accumulazione primitiva del capitale, va di pari passo con un potente processo di mercificazione e ri-centralizzazione di Internet. Sotto l'egida del capitalismo delle piattaforme e delle *data industries*, stiamo quindi assistendo ad una graduale messa in discussione dei principi di neutralità dell'Internet dei *pionieri* che l'avevano concepito come un *bene comune* e un'infrastruttura "non di mercato" in cui non esisteva praticamente né estrazione di dati né sfruttamento del *Digital Labor*.

Per comprendere meglio il significato e l'importanza di questa evoluzione, è necessario mettere in evidenza il modo in cui il capitalismo cognitivo è attraversato da due grandi tendenze strettamente collegate, fatte di antagonismo e complementarità.

[4] Il concetto di "gratuità mercantile", al centro del funzionamento del capitalismo di piattaforma, designa un rapporto economico "in cui la gratuità non ha paradossalmente altro scopo che quello di consentire alle aziende di aumentare i loro profitti" (Farchy et al. 2015, p. 26).

La prima tendenza riguarda l'importanza crescente delle forme *rentier* di valorizzazione del capitale e una generale sfocatura dei confini che, nel capitalismo industriale, separavano la categoria della rendita e quella del profitto.

La seconda tendenza riguarda il ritorno delle tematiche del *comune e dei beni comuni*, ritorno che ha spiazzato i termini del dibattito tradizionale sulle forme d'organizzazione della società, fino a un'epoca recente incentrato sul binomio pubblico-privato e sull'alternativa fra più Stato o più Mercato.

Precisiamo che con il concetto di comune et di beni comuni occorre distinguere due diverse dimensioni che coesistono nei conflitti che attraversano le nuove recinzioni del capitalismo cognitivo, cioè:

- Da un lato, quello che si può chiamare il *comune in sé* e che corrisponde a tutte le risorse (provenienti dalla terra, dalla cultura, dalle forme di vita e dalle interazioni sociali e produttive) preesistenti al capitale, anche se quest'ultimo tende ad appropriarsene trattandole come *res nullius* per trasformarle in ciò che Karl Polanyi avrebbe definito merci fittizie.
- Dall'altro, il *comune per sé*, istituito e organizzato collettivamente dalla forza inventiva di un'intelligenza collettiva che, tanto nei settori più *high-tech* quanto nei settori cosiddetti tradizionali, porta il conflitto capitale/lavoro sul terreno stesso dello sviluppo delle forze produttive. È infatti questa intelligenza collettiva che è alla base, nei settori più diversi dell'economia, dell'emergere di modelli alternativi sia alla gerarchia che al mercato come forma di coordinamento della produzione e degli scambi; modelli che, seguendo l'esempio paradigmatico del *free-software*, si rivelano spesso più efficaci ed ecologici di quello proprietario dell'impresa capitalista.

In sintesi, il comune e i beni comuni incarnano una terza forma d'organizzazione della produzione e della soddisfazione dei bisogni, forma suscettibile di contendere l'egemonia al duopolio pubblico-privato.

Sulla base di questa griglia d'interpretazione possiamo allora cercare di cogliere la natura del nuovo estrattivismo e riflettere anche sulle alternative che possono opporvisi. Questa complessa dialettica tra la logica della rendita e quella del *comune* è infatti il filo conduttore che unisce le forme più classiche dell'estrattivismo "classico"

legato al settore primario e il nuovo estrattivismo digitale incentrato sull'estrazione dei dati e sullo sfruttamento del *Digital Labor*.

In questa prospettiva, due elementi chiave ci permettono di evidenziare la pertinenza dell'applicazione del concetto di estrattivismo all'economia digitale, ma anche di comprendere alcune importanti differenze nelle modalità operative del "vecchio" e del "nuovo" estrattivismo.

Il primo elemento riguarda il legame profondo che vecchie e nuove forme di estrattivismo intrattengono nella catena del valore del capitalismo delle piattaforme e dei grandi oligopoli digitali. A differenza di quanto supposto da un luogo comune assai diffuso, la filiera produttiva dei GAFAM[5] e delle *data industries*, articola strettamente, a monte e a valle della sua catena del valore, l'estrazione dei dati e quella di risorse naturali, spesso non rinnovabili.

A monte, perché l'economia immateriale e di Internet dipende dal super-sfruttamento di varie materie prime (come le terre e i metalli rari) necessarie per le batterie e gli schermi piatti di smartphone e computer: il che è illustrato, per limitarsi a due esempi, dalla violenza dell'estrazione del *coltan*, al centro della guerra civile che devasta il Congo da decenni, o ancora – sebbene sulla base di un rapporto di forze molto diverso – dall'attuale conflitto politico-commerciale tra Stati-Uniti e Cina, in cui il governo dell'"Impero di Mezzo" ha preso le difese di *Huawei* minacciando Trump di misure d'embargo sulle terre rare[6].

Anche per queste ragioni, alcuni dei più famosi teorici del *Digital Labor*, come Trebor Scholz (2015) o Christian Fuchs e Marisol Sandoval (2014), non esitano ad integrare in questo concetto l'insieme delle attività minerarie, agricole, industriali[7], e informazionali che consentono l'esistenza e l'utilizzo dei media digitali.

Questo approccio estensivo del *Digital Labor* ha senza dubbio il merito di non occultare il nesso tra le forme tradizionali di estrazione di risorse materiali rivali e

[5] Con l'acronimo GAFAM si fa riferimento alle 5 multinazionali con la più alta capitalizzazione di borsa (circa 3,5 trilioni di dollari): Google, Alphabet, Facebook, Amazon, Microsoft

[6] Secondo le stime di Guillaume Pitron (2018), la Cina detiene il 36% delle riserve mondiali di terre rare e controlla attualmente il 95% della loro produzione globale. Quasi diecimila miniere sono sparse in tutta la Cina e l'estrazione dei metalli rari ha un impatto ambientale significativo. I processi di estrazione richiedono molta energia e prodotti chimici che inquinano i corsi d'acqua vicini alle miniere. Il risultato è stato un considerevole aumento della morbilità e dei tumori tra i residenti.

[7] Basti pensare all'esempio delle fabbriche Foxconn che assemblano quasi tutti i prodotti elettronici (smartphone e computer) dei maggiori oligopoli digitali come Apple.

spesso non riproducibili e l'estrattivismo dei *big-data* basato invece su risorse in principio non-rivali e riproducibili ad un costo marginale vicino allo zero.

Tuttavia, questa definizione larga è, a nostro avviso, molto discutibile. In particolare, rischia di svuotare il concetto di *Digital Labor* della sua specificità che, come sottolinea Antonio Casilli (2019), si basa letteralmente sul lavoro del dito che clicca sulla tastiera, sostituendo, nella fattispecie, il lavoro della mano.

A valle della filiera produttiva delle piattaforme della "gratuità mercantile", poiché gli esorbitanti bisogni creati dal *profiling* degli utenti a fini pubblicitari o di sorveglianza, portano ad una super-estrazione e ad una reale sovraccumulazione di *dati.* Il loro stoccaggio, conservazione e trattamento dipendono da grandi infrastrutture materiali, in particolare i *mega datacenter* o *Data Farm*[8] dei *Gafam*, il cui funzionamento richiede un enorme consumo energetico con un impatto devastante sull'ambiente, tanto che, secondo un ricercatore come Mancarella[9], se il consumo energetico della Silicon Valley fosse esteso a tutto il pianeta, ciò significherebbe moltiplicarne per sei il volume globale attuale[10].

Il secondo elemento che riunisce le due forme di estrattivismo è il seguente: sia nell'industria estrattiva tradizionale che in quella digitale delle *data industries*, il valore viene estratto sfruttando una risorsa comune che preesiste al capitale prima di diventare oggetto di una appropriazione privata.

Che si tratti di ricchezze provenienti dalla terra o di quelle generate dalle interazioni sociali e produttive delle moltitudini di Internet, questa ricchezza comune si presenta al capitale come un *dono della natura*, cioè la fonte di una rendita, come già rilevato da Alfred Marshall a proposito delle esternalità associate alla cooperazione lavorativa nei distretti industriali.

Nell'estrattivismo digitale, questa logica predatrice del comune si manifesta in particolare su due livelli:

---

[8] Per un'analisi del ruolo sempre più imponente dei *Data Farm* vedi anche Griziotti (2016).

[9] Dati esposti durante la presentazione di Michele Mancarella "Pour une critique des algorithmes entre data science et sciences sociales" al seminario "Le Commun entre travail et institutions" di mercoledì 23 gennaio 2019 presso la Maison des Sciences Economiques, Parigi.

[10] Più in generale, nel 2018, il settore economico IT ha rappresentato quasi il 10% del consumo globale di elettricità e si prevede che tale consumo aumenti del 5-7% ogni anno. Circa il 30% di questo consumo di elettricità è attribuibile alle apparecchiature terminali (computer, telefoni, oggetti connessi), il 30% ai data center che ospitano i dati e, infine, il 40% dei consumi è collegato alle reti, in particolare ai Router delle famose "autostrade dell'informazione" (Calloche, 2018).

- Il primo riguarda l'appropriazione gratuita da parte del capitale della creatività e dei prodotti del software libero, che alimenta sempre più la logica della cosiddetta *innovazione aperta* dei principali oligopoli dell'economia digitale. Un caso esemplare è quello dello sfruttamento da parte di Google del sistema Android derivato da Linux. La sua appropriazione, operata in flagrante violazione dei principi del *copyleft*, ha permesso a Larry Peage e Sergey Brin di realizzare enormi profitti e di controllare il sistema operativo per dispositivi mobili più diffuso al mondo. In altri lavori abbiamo analizzato le principali debolezze del modello dei *commons* del *free-software* che rendono possibile questa cattura (Vercellone & alii 2017; Vercellone & Giuliani 2019). In questo contributo, mi limiterò a sottolineare come questa logica predatrice corrisponda a una potente forma di estrattivismo, la cui importanza è troppo spesso trascurata malgrado il suo ruolo cruciale nella formazione dei profitti dei grandi oligopoli di Internet e delle *data industries.*
- Il secondo livello riguarda ovviamente l'estrazione dei big data, cioè la cattura delle nostre identità e delle tracce prodotte dalle nostre interazioni sociali su Internet, come d'altra parte evidenziato dall'uso di varie metafore, come "petrolio" o "oro immateriale", "data mining", "estrazione dati", "prospezione dati"[11].

Questo processo, che Casilli descrive come "*la riduzione dei nostri legami digitali a un momento del rapporto di produzione, la sussunzione del sociale al mercato nel contesto dei nostri usi tecnologici*" (Cardon & Casilli, 2016, p. 13) solleva una questione centrale, quella di sapere chi sono i *minatori* della produzione di dati.

Infatti, se quasi tutte le forme di estrattivismo si basano su fonti di ricchezza già esistenti, che in gran parte preesistono al capitale (il petrolio preesiste nelle profondità della terra, così come le nostre interazioni sociali), la loro risalita in superficie e la loro trasformazione in merci richiede in ogni caso del lavoro (Hardt & Negri 2017): le materie prime devono essere estratte, poi raffinate ed elaborate per essere infine destinate alla vendita diretta sul mercato o all'uso interno come input del processo di produzione (come è soprattutto il caso nel capitalismo delle piattaforme).

[11] Questi termini indicano una forte analogia con le materie prime materiali, anche se, a differenza di questi ultimi, i dati non sono uno stock da estrarre dalla terra, ma un flusso continuo generato dall'attività umana e quindi in linea di principio una risorsa infinita.

2. La controversia sul Free Digital Labor: alcuni elementi per un dibattito

L'analisi dei meccanismi della creazione del valore nel capitalismo di piattaforma fa emergere una differenza di rilievo tra l'estrattivismo classico e l'estrattivismo digitale, che si trova anche all'origine di un acceso dibattito sulla natura del *Digital Labor* e sulla pertinenza dell'uso del concetto di lavoro a suo proposito.

Si tratta del fatto che, nelle industrie estrattive tradizionali, il lavoro è essenzialmente un lavoro salariato classico o, quantomeno, anche nelle forme più degradate, un lavoro visibile e riconoscibile secondo i criteri canonici di un lavoro subordinato finalizzato alla produzione di merci.

Nel caso dell'estrattivismo digitale si tratta, invece, nella maggior parte dei casi di un lavoro gratuito e invisibile, percepito come un'attività svolta nella sfera del cosiddetto "tempo libero" e al di fuori della norma tradizionale del lavoro dipendente. Questa percezione, associata al mito di un'automazione algoritmica integrale, conduce spesso a negare sbrigativamente al *Free Digital Labor* la natura di un vero lavoro, sia nel suo senso antropologico sia in quello della critica dell'economia politica, cioè di un'attività creatrice di plusvalore.

Per questo motivo, nella seconda parte di questo contributo, mi concentrerò su una *critica delle critiche* indirizzate al concetto di *Free Digital Labor.* A questo fine partirò dalla sua forma, per molti aspetti, più pura: quella del *Free Digital Labor* realizzato sulle principali piattaforme dei cosiddetti *mercati a due o più parti* (in inglese *multi-sided platform*) basate sulla pubblicità. Mi riferisco in particolare al modello di Google e Facebook, che occupano oggi i primi posti nel capitalismo mondiale in termini di capitalizzazione borsistica e di tassi di profitto, pur mobilitando una massa quasi insignificante di lavoratori dipendenti[12]. Come spiegare questo paradosso, inconcepibile nell'era del capitalismo industriale? La soluzione all'enigma sta nel modo in cui questi grandi oligopoli dell'economia digitale e delle *data*

[12] Nel 2018 Facebook non impiegava che circa 30.000 lavoratori salariati (https://newsroom.fb.com/company-info/) nel mondo; Alphabet 85.050 (Q1 2018, https://abc.xyz/investor/pdf/2018Q1_alphabet_earnings_release.pdf).

industries sono riusciti a inventare un nuovo modello di profitto incentrato sulla logica della "gratuità mercantile", un concetto che a prima vista può sembrare un ossimoro. In altre parole, nelle *multi-sided platform*, dei servizi gratuiti sono offerti su un lato della piattaforma per attirare gli utenti di Internet e estrarne il maggior numero di dati e questo per vendere, sull'altro lato, spazi pubblicitari agli inserzionisti che si rivolgono a questi stessi utenti[13].

Con il concetto di *Free Digital Labor*, forgiato per la prima volta da Tiziana Terranova in un articolo del 2000, intendiamo il lavoro *gratuito* e apparentemente *libero* che una moltitudine di individui svolge attraverso e su Internet, spesso inconsapevolmente, a beneficio dei grandi oligopoli di Internet.

Nel modello dei motori di ricerca e dei social network del tipo Google e Facebook, tutto sembra accadere come se la piattaforma fosse riuscita a far sottoscrivere agli utenti un contratto, iscritto implicitamente nelle condizioni d'uso, che può essere riassunto come segue, estendendo un adagio usato per il pubblico televisivo: "Se è gratuito, è perché in realtà siete voi non solo il prodotto, ma anche i lavoratori che, grazie ad un'attività collettiva, in apparenza libera e giocosa, mi permettete di produrvi e vendervi come una merce (fornendomi i dati, i contenuti e, attraverso le economie di rete, le dimensioni del mercato necessarie per attirare gli inserzionisti)".

Conclusione: nella misura in cui questo valore non è "ridistribuito" agli utenti di Internet[14], possiamo considerare che si tratta di lavoro sfruttato, sia nel senso della teoria marxiana del valore-lavoro (Fuchs, 2014), sia della teoria neoclassica della distribuzione, poiché la retribuzione di un lavoro gratuito è per definizione inferiore alla sua produttività marginale.

Questa tesi ha suscitato diverse controversie tra gli specialisti dell'economia digitale (Conseil National du Numérique, 2016), sia sul piano teorico che per le sue implicazioni in termini di giustizia sociale e di regolamentazione dell'economia di Internet (rispetto della privacy, proprietà dei dati, ecc.). All'idea secondo cui il *Free Digital Labor* potrebbe essere considerato sotto tutti gli aspetti non solo come lavoro,

[13] In un brillante saggio pubblicato recentemente da Lund e· Zukerfeld (2020), gli autori integrano il modello delle piattaforme pubblicitarie della "gratuità mercantile" nella categoria più ampia di *Profit from Openness.*

[14] Se non in proporzioni estremamente ridotte: ad esempio, per alcuni video pubblicati su YouTube o alcune pagine di Facebook con un livello di audience e reputazione particolarmente elevate.

ma anche come lavoro produttivo di plusvalore, sono opposte due serie principali di obiezioni che ora discuteremo mostrandone i principali limiti teorici e empirici.

Automazione algoritmica della produzione e/o Digital Labor: l'enigma della creazione di valore aggiunto

Una prima serie di obiezioni consiste nell'affermare che sarebbe in realtà il capitale intangibile dell'algoritmo che, attraverso un processo automatizzato, "crea la parte essenziale del valore estraendo i dati e dando loro un significato che permette di valorizzarli sul mercato della pubblicità online" (Broca 2017, p. 8). Insomma, il *Free Digital Labor*, anche quando se ne volesse ammettere l'esistenza, costituirebbe in ogni caso un'entità subordinata e quasi insignificante, limitata all'emissione di semplici bit informazionali. La sua funzione sarebbe comunque relegata a quella di semplice ausiliario del sistema automatico della *mega-macchina algoritmica* programmata da altri operatori (*data scientist* e informatici delle piattaforme).

Questa prima serie di critiche alla tesi del *Free Digital Labor* è viziata, a mio avviso, da due principali errori.

Il primo consiste nel considerare – in contraddizione sia con la teoria del valore-lavoro sia con la contabilità nazionale – che il capitale fisso immateriale incorporato negli algoritmi possa essere una fonte autonoma di creazione di valore che potrebbe quasi fare a meno dell'attività del *Free Digital Labor*. Questo errore è tanto più grave poiché in realtà una gran parte dell'attività gratuita degli utenti dei social media d'Internet, così come di quella del micro-lavoro a pagamento svolto sulle *click farm* come *Amazon Mechanical Turk*, consiste proprio nell'addestramento di algoritmi per eseguire quelle attività che l'intelligenza artificiale non è (o non ancora) in grado di svolgere (Casilli 2016 e 2019).

Insistiamo con forza su questo punto. L'algoritmo, questa forma di capitale fisso intangibile, come qualsiasi altra forma di *capitale costante*, non è una fonte autonoma di creazione di valore indipendente dal lavoro vivo. Come sottolinea giustamente Ciccarelli, "*[l]'attività che alimenta oggi il lavoro digitale non è svolto solo da un'intelligenza artificiale, ma da legioni di uomini e donne davanti ai personal*

computer accesi in tutto il mondo…. L'algoritmo prospera grazie al valore prodotto da una forza lavoro" (Ciccarelli 2018, p. 24). Questa constatazione è ancora più forte se si tiene conto del fatto che, a differenza delle risorse naturali sommerse nella terra, gli input informazionali e i dati grezzi provenienti dagli utenti non sono uno stock, ma un flusso generato continuamente dalla loro attività. Non potrebbe esserci una dimostrazione più chiara di come essi siano il prodotto di un'incessante attività lavorativa, sia essa cosciente o meno di essere tale.

Il secondo errore è pensare che la funzione di produttore di materie prime informazionali renderebbe comunque il lavoro digitale un'entità subordinata e praticamente insignificante nella catena di creazione di valore della piattaforma. Questa affermazione non può che sorprendere in un'epoca in cui i *Big Data* sono presentati come il nuovo petrolio o il nuovo oro del capitalismo dell'informazione. Storicamente, rasenta persino l'assurdo in quanto equivarrebbe a asserire che, all'epoca della prima rivoluzione industriale in Inghilterra, i minatori di carbone avrebbero svolto una funzione marginale, o che il petrolio era solo un elemento secondario nella civiltà dell'automobile!

Tuttavia, un ragionamento simile è svolto quando, per sminuire il ruolo che il *Free Digital Labor* compie nella creazione di valore, lo si riduce ad un semplice ausiliario della macchina algoritmica programmata da ingegneri informatici e *data scientist*. Sembra che in tal modo ci si dimentichi che anche il lavoro tayloristico alla catena di montaggio fordista è stato caratterizzato dalla maggior parte dei sociologi o economisti come una semplice appendice delle macchine e dell'organizzazione scientifica del lavoro (OSL) pianificata dagli ingegneri degli *uffici tempi e metodi*. Tuttavia, nessuno avrebbe osato negare che fosse proprio lì, in questa attività ausiliaria, meccanica e ripetitiva, che si trovava il cuore del processo di creazione di valore all'epoca fordista.

Una nozione incompatibile con i fondamenti antropologici della definizione di lavoro?

Una seconda serie di obiezioni alla pertinenza del concetto di *Free Digital Labor* riguarda la sua presunta incompatibilità con il fondamento antropologico del lavoro. In

altre parole, il concetto di *Free Digital Labor* presenterebbe come lavoro delle "*attività che il buon senso non considera come tali*" e sarebbe inconciliabile "*con la definizione filosofica moderna del lavoro come attività consapevole e volontaria*" (Broca, 2017, p. 1). Tuttavia, tale asserzione elude due punti essenziali.

Innanzitutto, non sono la consapevolezza soggettiva del concetto di lavoro e ancor meno il buon *senso comune* che lo rendono reale, ma piuttosto l'atto stesso del lavoro che s'iscrive in relazioni sociali e istituzioni che possono renderlo più o meno visibile e riconosciuto. Esiste infatti una moltitudine di esempi storici di attività che rispondono pienamente ai criteri di una definizione antropologica del lavoro e per le quali né il senso comune, né la coscienza dei suoi attori hanno riconosciuto tale *status*. Basti pensare, per fare un solo esempio, seguendo Terranova e a altri teorici del *Free Digital Labor*, a come il lavoro riproduttivo gratuito delle donne sia stato a lungo reso invisibile alla società e alle coscienze stesse di chi lo realizzava (Federici 2004 e 2011, Morini 2010, Simonet 2018).

Inoltre, la mancanza di consapevolezza di svolgere un'attività lavorativa non è una caratteristica specifica al *Free Digital Labor*. Questo problema d'identificazione e di riconoscimento sociale del lavoro è tanto più grande poiché il capitalismo ha condotto a generare una confusione tra due concetti: il concetto di lavoro, nel senso antropologico del termine, e il concetto di *lavoro-salariato*, cioè di un lavoro "astratto" e subordinato le cui modalità di esecuzione e finalità sono dettate da un *potere esterno* (Gorz 1988).

Per questa ragione, al fine di chiarire la questione della natura e della percezione soggettiva del lavoro, è utile, seguendo Marx (1993), ricordare come il "processo di produzione" nell'impresa capitalistica abbia un doppio volto. Si presenta infatti come l'unità contraddittoria del *processo lavorativo* (lavoro concreto) rivolto alla creazione di valori d'uso, da un lato, e del *processo di valorizzazione* (lavoro astratto) rivolto alla produzione di merci et plusvalore, dall'altro.

Il primo volto, il processo lavorativo, si riferisce al modo in cui gli uomini nel riprodurre le condizioni della loro esistenza cooperano e usano la loro intelligenza e i loro strumenti di produzione per soddisfare i loro bisogni ed esprimere la loro soggettività. È una condizione universale dell'attività umana valida in tutti i tipi di società e corrisponde alla definizione antropologica di lavoro. Ora, da questo punto di

vista, quello del *processo lavorativo*, il *Free Digital Labor* è, nella maggior parte dei casi, un'attività consapevole e volontaria che mira a produrre cose utili e ad esprimere la soggettività degli individui. Questo è indiscutibilmente il caso, ad esempio, di quando effettuiamo azioni semplici come una ricerca su Google per trovare informazioni sulla preparazione di un piatto, la storia di una città, l'elaborazione di una bibliografia su un argomento accademico, o l'invio di un messaggio per organizzare un evento o un incontro su Facebook.

Il secondo lato, il *processo di valorizzazione*, invece, si riferisce al modo in cui il capitale riorganizza e sussume il *processo lavorativo* per metterlo al servizio del suo obiettivo: la realizzazione di un profitto attraverso la produzione e la vendita di merci.

Ora, il punto cruciale è che queste due facce del processo di produzione capitalista possono dissociarsi e non apparire simultaneamente alla coscienza degli attori. Possiamo illustrare questa dissociazione cognitiva con due esempi estremi e opposti.

Il primo esempio è la figura del lavoratore salariato della catena di montaggio, così ben incarnata da Charlie Chaplin in "Tempi Moderni". Tale lavoratore poteva non percepire nella sua attività che la parte insita nel *processo di valorizzazione*, cioè quella di un lavoro meccanico, ripetitivo e asservito ad un fine esterno che svuotava il suo lavoro concreto di qualsiasi interesse. Il lavoro tendeva così a apparire al lavoratore della catena di montaggio come un semplice mezzo per guadagnarsi da vivere e la percezione della dimensione antropologica del lavoro era quasi cancellata dalla sua coscienza.

Ad un altro estremo, troviamo l'esempio del *prosumer* di Internet il quale, invece, ha spesso l'impressione di svolgere solo un'attività per sé stesso, autodeterminata e legata al tempo libero beneficiando di servizi gratuiti offerti dalla piattaforma[15]. Ne consegue una conseguenza paradossale. Da un lato, il *prosume*r non considera la sua attività come un lavoro vero e proprio, perché sfugge alla norma sociale dominante del lavoro subordinato e remunerato con un salario. D'altra parte, però, la percepisce come un atto di cui controlla le modalità, l'obiettivo e il risultato, in conformità con il senso della definizione antropologica del lavoro. Insomma, da questo punto di vista, ciò che

[15] Per un'analisi più dettagliata di questi aspetti che mostra anche come i servizi apparentemente gratuiti forniti dalle piattaforme non siano in alcun modo una forma di remunerazione in natura, ma una forma di capitale costante utilizzato dalla piattaforma, come in ogni altra impresa, per mobilitare la forza lavoro dei *prosumers*, cf. Vercellone (2020).

manca al *Free Digital Labor* è soprattutto la coscienza di come il suo lavoro sia anche parte integrante di un *processo di valorizzazione* governato da una volontà esterna e diretto verso un obiettivo che gli è celato: quello della produzione di merci e di un profitto per l'impresa-piattaforma.

Questa dissonanza cognitiva, questa alienazione, è tanto più forte poiché il modo di funzionamento delle piattaforme capitalistiche come Google e Facebook è molto diverso da quello della *società disciplinare* e della fabbrica. La loro organizzazione è più vicina alla descrizione che Gilles Deleuze (1990) faceva dell'emergere di una *società di controllo*, cioè di un ambiente tecnico invisibile capace di seguirci ovunque e di guidarci nelle nostre scelte, senza tuttavia mai dare l'impressione di costringerci veramente. Potremmo anche affermare che abbiamo qui una sorta di realizzazione dell'utopia che anima qualsiasi manager o imprenditore: disporre di lavoratori che non hanno l'impressione che di lavorare per se stessi, sino al punto di accettare di mobilitarsi liberamente al servizio dell'impresa in una sorta di *servitù volontaria*.

3. Conclusioni

Il ritorno in forza dell'estrattivismo tradizionale, legato ai settori primari dell'economia, e l'ascesa dell'estrattivismo digitale dei *big-data*, sono due lati inscindibili della tendenza al "divenire rendita del profitto" che caratterizza il capitalismo cognitivo. Il *Free Digital Labor* e la rendita informazionale conferita dall'estrazione e dal controllo di una grande quantità di dati permettono di spiegare il modo in cui alcune piattaforme digitali della "gratuità mercantile", quali Google e Facebook, occupino ormai i primi posti nella classifica mondiale delle principali dieci imprese in termini di capitalizzazione borsistica, pur essendo dei veri e propri nani in termini d'impiego di lavoro salariato. Il segreto del loro successo e dei loro profitti trova le sue radici nello sfruttamento del lavoro gratuito dei *prosumer* d'Internet.

L'automazione algoritmica della produzione, lungi dal corroborare l'ennesima profezia della fine del lavoro, sembra insomma condurre a un'estensione del lavoro che invade tutti i tempi di vita e le interazioni sociali degli individui. In questa evoluzione, il concetto di *Free Digital Labor* non è in contraddizione con la moderna definizione filosofica del lavoro nel duplice senso che Marx attribuisce a questo

concetto: quello di un *lavoro concreto*, corrispondente al suo significato antropologico; quello di un *lavoro astratto* produttivo di plusvalore che permette di comprendere l'enigma della creazione di valore e delle fonti del plusvalore di cui si nutre lo sviluppo del capitalismo di piattaforma

Riferimenti bibliografici

Broca, S. (2017), Le digital labour, extension infinie ou fin du travail?, *Tracés*, Revue de Sciences Humaines, pp. 133-144.

Calloche L. (2018), Numérique : le grand gâchis énergétique*, CNRS, Le journal,* https://lejournal.cnrs.fr/articles/numerique-le-grand-gachis-energetique

Cardon, D., Casilli, A. (2015), *Qu'est –ce que le Digital Labor ?*, INA Éditions, Bry-sur-Marne.

Casilli, A. (2016), Le digital labor: une question de société, *Rédaction INAGLOBAL*: https://www.inaglobal.fr/numerique/article/le-digital-labor-une-question-de-societe-8763?print=1"

Casilli A. (2019), *Schiavi del clic. Perché lavoriamo tutti per il nuovo capitalismo*, Milano, Feltrinelli, 2020 [trad. it. Raffaele Alberto Ventura di Id. *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*. Parigi, Editions du Seuil, 2019].

Ciccarelli R. (2018), *Forza Lavoro. Il lato oscuro della rivoluzione digitale*, Derive/Approdi, Roma.

Conseil National du Numérique (2016), *Travail emploi numérique: les nouvelles trajectoires*, Rapport rendu au Ministre du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du dialogue social, 6 janvier.

Deleuze G., (1990) Post-scriptum sur les sociétés de contrôle », in *Pourparlers*, Les éditions de Minuit, Paris, 1990. https://sites.google.com/site/deleuzemedia/textes/post-scriptum-sur-les-societes-de-contrôle.

Farchy J., Méadel C., Sire G. (2015), *La Gratuité, à quel prix ?Circulation et échange de biens culturels sur Internet*, Presses des Mines, Cahiers de l'EMNS, Paris.

Federici, S. (2004), *Caliban and the Witch: Women, the Body and Primitive Accumulation*. Brooklyn, NY: Autonomedia.

Federici, S., (2011), Women, Land Struggles, and the Reconstruction of the Commons. In: "Working USA". *The Journal of Labor and Society* (WUSA)", vol. 14, 1, 2011, pp. 41-56.

Fuchs, C. (2012), "Dallas Smythe today: The audience commodity, the digital labour debate, Marxist political economy and critical theory", *TripleC: Communication, Capitalism & Critique* 10(2): 692–740. URL: http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/443"

Fuchs, C. (2014), *Digital Labour and Karl Marx*, Routledge, New York.

Christian Fuchs and Marisol Sandoval, (2014) “Digital Workers of the World Unite! A Framework for Critically Theorising and Analysing Digital Labour”, *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 12(2), pp. 486–563.

Gorz, A. (1988), *Métamorphoses du travail, Quête du sens - Critique de la raison économique*, éd. Galilée, Paris.

Griziotti G., (2016), *Neurocapitalismo, Mediazioni tecnologiche e linee di fuga*, Mimesis, Milano.

Hardt M., Negri A. (2017), *Assembly*, Oxford University Press, Oxford.

Lund A.,· Zukerfeld M., (2020) *Corporate Capitalism’s Use of Openness Profit for Free?*, Palgrave Macmillan, Switzerland.

Marx, K., (1993), *Le Capital*, Livre I, Quadrige, PUF, Paris.

Mezzadra S., Neilson B. (2018), Entre extraction et exploitation: des mutations en cours dans l’organisation de la coopération sociale. *Actuel Marx*, n. 63, pp. 97-113.

Morini C. (2010), *Per amore o per forza. Femminilizzazione del lavoro e biopolitiche del corpo*, Ombre Corte, Verona

Pitron, G. (2018), *La guerre des métaux rares. La face cachée de la transition énergétique et numérique,* Les liens qui libèrent, Paris.

Scholz, T. (2012), *Digital Labour: The Internet as Playground and Factory*, Routledge, New York, "http://www.publicseminar.org/2015/04/think-outside-the-boss/"

Simonet, M. (2018), *Travail gratuit : la nouvelle exploitation*, Textuel, Paris.

Terranova, T. (2000), Free Labor. Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, Vol. 18, n. 2, pp. 33-58.

Vercellone C. (2006), *Il ritorno del rentier*, *Posse*, Autunno, pp. 97-111. (articolo ripreso in Vercellone C. (2008), “Trinità del capitale”, *Lessico Marxiano*, Manifestolibri, Roma, pp. 181-196.

Vercellone C. (2014), “La legge del valore-plusvalore nella dinamica storica del capitalism”, *Critica Marxista*, n°1, pp. 64-73.

Vercellone C., Brancaccio F., Giuliani A., Vattimo P. (2017), *Il comune come modo di produzione. Per una critica dell’economia política*, Ombre Corte, Verona.

Vercellone C. (dir), Brancaccio F., Giuliani A., Puletti F., Rocchi G., Vattimo P. (2018), *Data-driven distruptive commons-based models*, Report D 2.4, DECODE (Decentralised Citizens Owned Data Ecosystem), programme européen Horizon 2020, axe Information and Communication Technologies, October 31st, https://decodeproject.eu/publications/data-driven-disruptive-commons-based-models

Vercellone C., Giuliani A. (2019), “Common and commons in the contradictory dynamics between knowledge-based economy and cognitive capitalism”, in *Cognitive Capitalism, Labour and Welfare. The Commonfare Hypothesis*, Routledge, London, pp. 132-173.

Vercellone C. (2020), Les plateformes de la gratuité marchande et la controverse autour du Free Digital Labor : une nouvelle forme d'exploitation ?, in *Revue Ouverte de l'Ingénierie des Systèmes d'Information (ROISI)*, Volume 20-1, n° 2, https://www.openscience.fr/Les-plateformes-de-la-gratuite-marchande-et-la-controverse-autour-du-Free

Antonio A. Casilli

Addestrare, verificare, imitare: perché il lavoro umano è necessario alla produzione dell'intelligenza artificiale

Le tematiche che saranno affrontate in questo intervento sono principalmente tratte de tre testi. Il primo è il mio saggio *Schiavi del clic* (2020)[16]. Il secondo invece è un rapporto basato sullo studio *DiPLab* (Digital Platform Labor), condotto nel 2017-2019 con il mio gruppo di ricercatori del CNRS e dell'università Telecom Paris, e pubblicato con il titolo "Il Micro Lavoro in Francia" ("Le Micro-Travail en France", 2019)[17]. L'ultimo è un articolo pubblicato nella rivista *Big Data & Society*[18]. In quanto segue proporrò spunti teorici tratti dal libro ed elementi empirici tratti dal rapporto e dall'articolo.

L'automazione intelligente non è labor-saving

Il punto di partenza è, sostanzialmente, la necessità di distaccarci dalla *doxa* attuale sull'impatto dell'Intelligenza Artificiale sul lavoro, attorno alla quale si concentra la maggior parte della produzione scientifica degli ultimi anni in economia, in sociologia e in altre discipline—e di cui troviamo echi anche nel dibattito pubblico e politico. Secondo questi approcci, staremmo oggi assistendo a un'ondata di tecnologie intelligenti e di processi automatici che, in quanto *labor-saving,* provocherebbe la distruzione di percentuali non trascurabili di impieghi. Le stime possono variare. Si va dal 47% dei posti di lavoro perduti per colpa dell'automazione a orizzonte 2030 (contenuto nell'ormai famigerato studio pubblicato in un white paper di due ricercatori di Oxford del 2013)[19] a stime molto più prudenti. Uno studio dell'OCSE su diciassette paesi tra il 1993 e il 2007 mostra l'assenza di effetti significativi dell'introduzione di

[16] Antonio A. Casilli, *Schiavi del clic. Perché lavoriamo tutti per il nuovo capitalismo*, Milano, Feltrinelli, 2020 [trad. it. Raffaele Alberto Ventura di Id. *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*. Parigi, Editions du Seuil, 2019].

[17] Antonio A. Casilli, Paola Tubaro, Clément Le Ludec, Marion Coville, Maxime Besenval, Touhfat Mouhtare, Elinor Wahal, "Le Micro-travail en France. Derrière l'automatisation de nouvelles précarités au travail?", rapport del progetto DiPLab (Digital Platform Labor), 2019 <http://diplab.eu>.

[18] Paola Tubaro, Antonio A. Casilli e Marion Coville, "The trainer, the verifier, the imitator: Three ways in which human platform workers support AI", *Big Data & Society*, Gennaio 2020.

[19] Carl Benedikt Frey & Michael A. Osborne, "The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?", *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 114, 2017, p. 254-280.

robot industriali sull'occupazione globale in termini di ore lavorate.[20] Anche senza prendere per buona la retorica industriale secondo cui la digitalizzazione e la robotizzazione stimolerebbero l'occupazione, basta confrontare gli indicatori sul livello di automazione e i tassi di disoccupazione nei paesi industrializzati del G20 nella prima metà del decennio 2010 per notare che quelli con il più alto tasso di automazione (Corea del Sud, Giappone, Germania…) hanno anche dei tassi di disoccupazione più bassi.[21]

Spunti di spiegazione ci sono forniti da economisti come David H. Autor, del MIT, il quale alla domanda "come mai di fronte a questa esplosione dell'automazione ci sono ancora tanti posti di lavoro?" risponde mostrando come, per due secoli, il rapporto tra occupazione e popolazione sia cresciuto continuamente, senza che il livello globale della disoccupazione aumentasse stabilmente. Secondo Autor, esiste un rapporto di complementarità profonda tra il gesto produttivo umano e il funzionamento delle macchine. La dialettica automazione/lavoro, sebbene non priva di tensioni, determina un aumento della domanda di lavoro.[22] Un esempio lampante di questa complementarietà si trova nel settore bancario, dove l'introduzione degli sportelli automatici nel periodo 1980-2010 ha portato a una riqualificazione, e non a una soppressione, di alcune categorie di dipendenti. La presenza dei bancomat ha, certo, stimolato la moltiplicazione delle agenzie, che sono aumentate del 43% dal 1990[23]. Tuttavia, il numero dei cassieri nelle banche non è diminuito ma si è stabilizzato, grazie all'espansione del settore.

Che cosa è il *digital labor*?

Ciò che mi preme veramente qui è allontanarmi da questo tipo di approccio, che da molti anni non porta a risultati concludenti, per spostare l'attenzione sulle modalità effettive di *produzione* dell'IA, perché attardarsi solo sui presunti effetti della sua *diffusione* significa essere tributari di una retorica marketing, che ci presenta l'automazione come efficace e inoppugnabile. E invece dobbiamo prima di tutto chiederci che cosa sono le tecnologie intelligenti, se sono davvero quello che dicono di

[20] Georg Graetz e Guy Michaels, "Robots at Work", IZA Discussion Papers, no 8938, Institute for the Study of Labor (IZA), 2015 <http:// EconPapers.repec.org/RePEc:iza:izadps:dp8938>.
[21] International Federation of Robotics, World Robotics Industrial Robots, rapporto 2016, <https://ifr.org/worldrobotics/>.
[22] David H. Autor, "Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation", Journal of Economic Perspectives, vol. 29, no 3, 2015, p. 3-30 (5).
[23] James Bessen, "Toil and technology", *Finance and Development*, vol. 52, no 1, p. 16-19, 2015.

essere. E se lo sono, come sono prodotte. Così facendo, ci rendiamo subito conto che l'IA oggi è basata soprattutto sul *machine learning*, ovvero quel ramo dell'apprendimento statistico che, partendo da dati concreti, riesce a dedurre regolarità in maniera adattativa e iterativa. Per poter mettere in atto delle soluzioni di *machine learning*, c'è bisogno di creare, preparare e verificare dati.

E questo è il nodo del *digital labor*, nodo che si stabilisce all'interno della nostra produzione attuale di IA. L'automazione intelligente si basa sui dati, e, in assenza di questi ultimi, non ci sono robots che comunicano, non ci sono algoritmi che imparano, non ci sono soluzioni che automatizzano. Sono l'alpha e l'omega di questo tipo di automatizzazione. Ma i dati non cadono dal cielo. Non sono "dati", nel senso etimologico del termine. Sono piuttosto "prodotti" e la loro produzione è appunto delegata a collettività lavorative umane che effettuano ciò che noi chiamiamo lavoro digitale. La definizione che ne davo in un mio testo del 2015 ("Noi chiamiamo digital labor la riduzione dei nostri legami digitali a un momento del rapporto di produzione, la sussunzione del sociale nel commerciale nel contesto delle nostre pratiche tecnologiche.")[24], merita oggi di essere un po' rimaneggiata. Del digital labor do oramai una definizione più fattuale, ancorata al contesto empirico delle piattaforme digitali.

Sulle piattaforme digitali che la estraggono e la mettono a profitto, questa attività si suddivide in tre grandi famiglie (fig. 1). La prima è sicuramente la più conosciuta in Italia: il *lavoro on demand*. Si tratta di un insieme di mansioni svolte a livello locale, molto spesso come servizio alla persona, per il trasporto, la manutenzione, la logistica. Questo primo tipo di digital labor va sostanzialmente dall'occupazione dei conducenti di Uber a quella dei ciclo-fattorini di Deliveroo, al lavoro necessario per vendere beni e servizi su marketplace digitali e siti di e-commerce, da Etsy a AirBnB. Questa famiglia di attività, estremamente visibile e localizzata in contesti urbani, è inoltre *ostensiva*: effettivamente noi riconosciamo senza mediazioni che le mansioni svolte di una persona che guida per Uber sono del lavoro. Quello che non vediamo, la parte non-ostensiva della sua attività, sono in realtà i processi di produzione di dati che si addossano a questa parte visibile. Un lavoratore di Uber, in realtà, passa meno della metà delle sue giornate al volante. Il resto del suo tempo, lo passa sulla sua *app,* a produrre dati. Idem per i rider, e per tutti coloro che usano piattaforme di e-commerce.

E' così che ci ritroviamo, quasi impercettibilmente, in una seconda categoria di digital labor, chiamata *micro-lavoro*, realizzato da persone ingaggiate in forme

[24] Dominique Cardon e Antonio A. Casilli, *Qu'est-ce que le digital labor?* Bry-sur-Marne, Éditions de l'INA, 2015

estremamente parcellizzate, per qualche minuto appena, per fare del "data entry", o delle ricerche internet, o del filtraggio di contenuti, o ancora per rispondere a messaggi di assistenza tecnica. In breve, sono miriadi di micro-mansioni di back-office effettuate da cottimisti e pagate somme irrisorie: da meno di un centesimo a qualche euro. I lavoratori europei o statunitensi vedono in questo tipo di lavoro una occasione per un reddito integrativo, o per sostenersi in situazioni di povertà e precarietà estreme. Invece per i residenti in paesi emergenti o in via di sviluppo, dove il salario medio può essere di appena venti o trenta dollari al mese, micro-lavorare diventa un'occupazione interessante, per quanto non inquadrata in un impiego formale, poiché le piattaforme che mettono in contatto aziende acquirenti e micro-lavoratori non riconoscono questi ultimi come loro dipendenti.

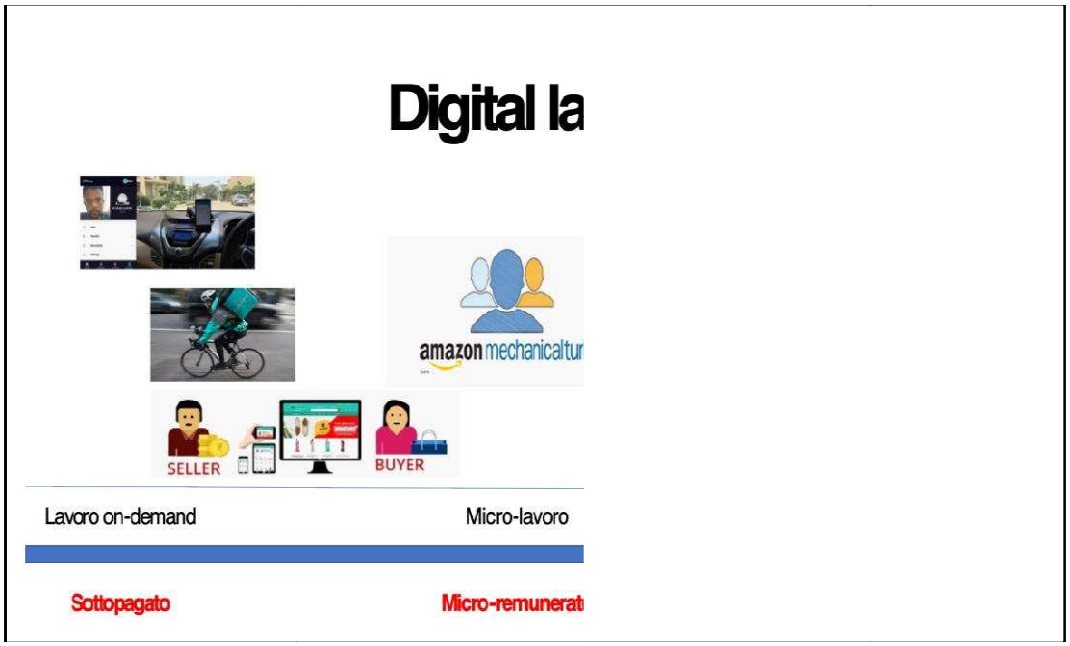
Considero il micro-lavoro il vero perno tra il lavoro visibile, e ciò nonostante piattaformizzato, delle persone che producono on demand, e tutto l'universo, estremamente controverso e difficile da definire, del *lavoro dell'utente* dei social media o delle grandi piattaforme alla Google. Quest'ultimo rappresenta la terza famiglia. Questo schema concettuale ci permette anche di vedere come questi tre tipi di digital labor si situino su un continuum tra lavoro *sottopagato* (quello dei rider o degli autisti di Uber), il lavoro *micro-remunerato* (quello dei Turkers di Amazon) e quello *non pagato* (degli utenti di Facebook o Google) che alcuni, ancora adesso, si ostinano erroneamente a definire "gratuito".

Quando vent'anni fa Tiziana Terranova scriveva che questo era *free labor*[25], la situazione era in realtà molto diversa: il web 1.0 non era ancora stato sottoposto alle dinamiche di predazione capitalista delle grandi piattaforme sociali e dei behemot dei dati, e persistevano "isole nella Rete" basate su un misto di volontariato e spirito do-it-yourself. Sinceramente ci vuole oggi uno sforzo politico, ed anche non poca cattiva fede, per continuare a caratterizzare il lavoro dell'utente estratto e recuperato da oligopoli digitali come del lavoro "gratuito". Il dubbio più serio è provocato dalla prossimità economica tra questo tipo di digital labor non remunerato et quello delle persone che condividono gli spazi con gli utenti organici dei social, ovvero moderatori, *click farmers*, produttori di contenuto a cottimo. Tutta una fauna di proletari del web sociale, generalmente micro-pagati, ovvero retribuiti appena qualche centesimo o qualche euro per realizzare delle micro-prestazioni che durano qualche secondo, o qualche minuto. Per i lavoratori del clic di paesi del sud globale come l'Indonesia o il Bangladesh, queste micro-prestazioni possono essere pagate fino

[25] Tiziana Terranova, "Free labor: Producing culture for the digital economy", *Social Text*, vol. 18, n. 2, 2000, p. 33-58 (33).

0,00001 centesimi di dollaro ciascuna. Ora, la domanda bruciante è: che differenza c'è fra un lavoro pagato 0,00001 centesimi e un lavoro pagato 0 centesimi, se non l'hybris degli utenti di piattaforme del nord globale che si vivono come volontari entusiasti del web sociale e non come lavoratori nel bisogno?

Fig. 1 - I tre tipi di digital Labor. Fonte: elaborazione dell'autore (2019).



Che cosa è, allora, il digital labor? Alla luce di questa tipologia, la mia risposta di oggi alla domanda che mi si rivolgeva nel 2015, è la seguente: una galassia di attività lavorative *parcellizzate e datificate, ovvero ridotte a micro-prestazioni orientate verso la produzione e lo sfruttamento di dati*.

Il valore in un regime di lavoro digitale

Questa definizione del digital labor dà adito ad una composizione specifica del valore. Attualmente possiamo vedere emergere tre tipi di valore-lavoro "generato dagli utenti" e estratto dalle piattaforme digitali: il *valore di qualificazione* (gli utenti organizzano l'informazione lasciando commenti o dando voti su beni, servizi e/o su altri utenti della piattaforma), che permette il funzionamento regolare delle piattaforme; il *valore di monetizzazione* (il prelievo di commissioni o la cessione

lucrativa di dati forniti da attori ad altri attori), che fornisce liquidità a breve termine; il *valore di automazione* (l'utilizzo di dati e contenuti degli utenti per addestrare le intelligenze artificiali), che è da considerare un investimento a più lungo termine.

Per inquadrare questa visione, dobbiamo innanzitutto superare la distinzione tradizionale tra valore creato nel processo di produzione e valore scambiato nella sfera della circolazione dei beni e dei servizi, ovvero sul mercato. Nella misura in cui le piattaforme sono degli ibridi aziende-mercati, questa distinzione, caratteristica sia degli approcci marxisti che della cosiddetta economia delle convenzioni, è stata messa in discussione da diversi autori. In particolare, il sociologo Michel Callon ha sottolineato che la costituzione del valore di un prodotto non dipende soltanto dal processo di fabbricazione ma anche dalla logica del valore di scambio che determina il trasferimento della proprietà. [26] Questo è tanto più vero sulle piattaforme digitali, dove i dati, i contenuti e i servizi sono fabbricati dagli utenti in vista della loro stessa circolazione. Ma questa circolazione "non è altro che una fase dell'intero processo, mai concluso, di qualificazione e riqualificazione dei beni, dal quale non può essere distinta".[27]

Nel contesto del settore digitale, questa logica si manifesta nell'attività stessa degli utenti che attraverso i loro scambi e le loro interazioni forniscono un contributo fondamentale per testare gli strumenti messi a disposizione dalle piattaforme e scoprire nuove possibili applicazioni per le soluzioni tecniche che utilizzano. Non bisogna immaginare questo lavoro come qualcosa che pertiene agli esperti: tutti gli utenti di Gmail hanno contribuito a migliorare, attraverso l'uso, il servizio di posta elettronica, restato in fase Beta per 5 anni; il gioco online Minecraft si basa sulla creazione di nuove situazioni e spazi da parte degli stessi giocatori; le interfacce delle principali piattaforme generaliste (Facebook, Instagram, Twitter) continuano a fare test proponendo ai loro membri diverse varianti della stessa interfaccia. Gli utenti hanno inoltre un ruolo cruciale nel produrre valutazioni (attraverso commenti, critiche, resoconti, eccetera) e metriche di valutazione (voti, like, stelline, eccetera) che costituiscono informazione e permettono di estrarre strati di dati supplementari su Airbnb, Upwork, Uber, Amazon… In questo modo contribuiscono a un processo ciclico di qualificazione-riqualificazione di ogni oggetto, che acquisisce valore a ogni stadio della sua metamorfosi.

---

[26] Michel Callon, "Postface. La formulation marchande des biens", in François Vatin (a cura di), *Évaluer et valoriser. Une sociologie économique de la mesure*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, 2009, p. 247-269.

[27] *Ibid*., p. 251

Malgrado l'insistenza sulla produzione di dati e di metriche, la genesi del valore non viene operata attraverso un processo di trasformazione della qualità in quantità. Gli utenti non si limitano a fornire feedback numerici sulla loro esperienza, ma operano un "lavoro di qualificazione" valorizzato dalla piattaforma. La principale attività dell'utente di un servizio digitale, ricorda altrove Michel Callon, "sarà di qualificare (ovvero classificare, valutare e giudicare) i prodotti che gli vengono messi a disposizione, confrontandoli o mettendoli in relazione".[28] Questo lavoro di qualificazione si realizza grazie a una pianificazione dell'esperienza-utente che lo mette in condizione di accedere alle informazioni e di collegarle tra loro, così producendo del valore.

Altre attività degli utenti delle piattaforme servono a principalmente a estrarre valore di *monetizzazione*. Anche se non-poche piattaforme, soprattutto nel digital Labor on demand o nel micro-lavoro, captano questo valore attraverso complessi sistemi di commissioni e architetture di prezzi, la commercializzazione dei servizi, contenuti e dati monetizzabili costituisce un mercato miliardario orientato soprattutto al targeting pubblicitario. Un sistema di monetizzazione di questo tipo può essere illustrato dal noto programma Facebook Partners[29] che permette alla piattaforma di siglare accordi commerciali con grandi *data brokers*. Si tratta di aziende commerciali che aggregano e incrociano informazioni su centinaia di milioni di cittadini a partire da media, agenzie pubblicitarie, amministrazioni pubbliche, archivi di *open data* e logicamente anche da dati raccolti dalle aziende su Internet. Incrociando i proprio set di dati con quelli di partner specializzati nella monetizzazione di dati personali (Acxiom, Epsilon, Datalogix e altre) Facebook contribuisce a profilare le abitudini di 500 milioni d'internauti in tutto il mondo. Anche prima che grandi scandali come quello di Cambridge Analytica rendessero noti i rischi associati all'accumulazione dei dati dei social, questi abbinamenti di database si dimostravano particolarmente preoccupanti. I data brokers aggregano informazioni sulla salute, le opinioni politiche, gli orientamenti sessuali o le credenze religiose dei cittadini — e questo in barba agli appelli alla regolazione e alla responsabilità di queste organizzazioni davanti alla Commissione federale del commercio degli Stati Uniti.[30]

---

[28] Michel Callon, Cécile Méadel e Vololona Rabeharisoa, "L'économie des qualités", *Politix*, vol. 13, no 52, 2000, p. 211-239.

[29] "Solutions Explorer", *Facebook Business*, 2018, <https://www.facebook.com/business/solutions-explorer/campaign_management/>.

[30] Edith Ramirez, Julie Brill, Maureen K. Ohlhausen, Joshua D. Wright, e Terrell McSweeny, "Data brokers : A call for transparency and accountability", rapporto della Federal Trade Commission, 2014, <https://www. ftc.gov/system/files/documents/reports/data-brokers-call-transparency- accountability-report-federal-trade-commission-may-2014/140527-databrokerreport.pdf>.

La *qualificazione* e la *monetizzazione* non esauriscono tutte le forme di estrazione del valore da parte delle piattaforme. Le informazioni prodotte dagli utenti sono utilizzate per addestrare gli algoritmi o costituire dei database necessari ad ambiziosi progetti di *deep learning*. Come lo spiega l'informatico Yann LeCun, direttore del FAIR (Facebook Artificial Intelligence Research) e pioniere di questa branca dell'IA, i progressi nel settore dell'apprendimento automatico o delle reti neurali artificiali non sono dovuti a scoperte o miglioramenti nel metodo occorsi negli ultimi anni, ma alla disponibilità massiccia di centinaia di milioni di *esempi* d'immagini, di testi, di suoni in milioni di categorie.[31] Questa profusione di contenuti e di dati è necessaria perché, a differenza degli umani che sono capaci di apprendere a partire da pochissimi esempi, le macchine imparano moltiplicando considerevolmente le osservazioni.[32]

Gli esempi prodotti dagli utenti tuttavia non sono altro che il primo passo dell'automazione. Per funzionare, i metodi di apprendimento automatico hanno bisogno di altri interventi da parte di umani che annotano, arricchiscono e organizzano i contenuti e i dati. Per questo alcune piattaforme incitano i loro utenti ad aggiungere dei tag sui loro contenuti. Ad esempio, quando su Istagram un utente attribuisce a una foto delle parole-chiave come "spiaggia", "Ibiza", "ombrellone", "sdraio", "estate", "2017", "dallamiastanza", "sole", "relax" sta descrivendo con grande precisione l'immagine — a tal punto che un software di riconoscimento potrebbe usare queste informazioni per capire il contenuto, il momento e il luogo esatto della fotografia, oltre che i sentimenti ad essa associati. Facebook, come Instagram o Oculus VR, ormai usano queste immagini etichettate su larga scala per riconoscere i prodotti nelle foto e personalizzare le offerte commerciali.[33]

Ma le altre piattaforme di digital labor sono anch'esse capaci di estrarre valore d'automazione. Su Uber, tanto i conducenti che i passeggeri sono dei produttori di dati e dei beta tester per il suo ambizioso programma di veicoli autonomi. Poiché qualsiasi persona che utilizza la app di Uber è oggetto di registrazioni sistematiche, tanto le informazioni dei passeggeri che quelle dei conducenti e dei veicoli stessi sono cruciali nel processo di automazione. In fondo queste automobili non sono altro che oggetti su

---

31 Yann LeCun, "Deep learning", comunicazione al convegno USI 2015, Paris, <https://youtu.be/RgUcQceqC_Y>.

32 Yann LeCun, "Qu'est-ce que l'intelligence artificielle?", chaire Recherches sur l'intelligence artificielle, informatique et sciences numériques (2015-2016), Collège de France, <https://www.college-de-france.fr/media/ yann-lecun/UPL4485925235409209505_Intelligence_ArtificielleY.LeCun.pdf>.

33 Jérôme Marin, "Instagram se convertit au e-commerce", *Le Monde,* 7 novembre 2016, <http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/11/07/instagram-se-convertit-au-e-ommerce_5026620_3234.html>.

ruote che raccolgono dati e li comunicano ad altre automobili, nonché ai server delle società di trasporto[34].

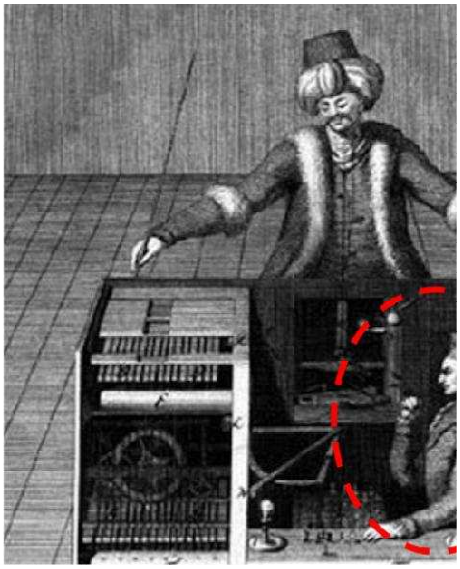
E ovviamente, una parte essenziale del modello economico delle piattaforme di micro-lavoro risiede inoltre nella creazione di ecosistemi che permettono di insegnare alle macchine a realizzare certe operazioni. Se gli utenti dei social e dell'economia on demand producono suoni, immagini o testi che riempiono i data center dei giganti del digitale, queste masse enormi di dati non-lavorati hanno bisogno di essere etichettate, normalizzate, spesso filtrate per eliminare errori e doppioni. Il lavoro di ripulitura dei dati è spesso la fase più delicata dell'apprendimento automatico - e quella che richiede più manodopera. Per sviluppare un sistema di traduzione automatica, per esempio, ci sarà bisogno di una massa di casi di conversazione più larga possibile nelle due lingue selezionate, nonché di un lavoro molto preciso di annotazione di ogni parola per risolvere i casi di polisemia e identificare ogni espressione idiomatica. È proprio qui che il microlavoro appare come un eccellente modo per ridurre i costi e il tempo dell'operazione. Dopo esser stati processati, i dati non saranno più grezzi, bensì dati di qualità sui quali i modelli matematici potranno addestrarsi.

Perché non ci sbarazzeremo mai del turco meccanico

Così presentata, l'utilità di questo lavoro umano di addestramento degli algoritmi sembra abbastanza astratta. Bisogna allora ancorarlo ad alcuni punti di riferimento storici e empirici, che ci permetteranno anche di chiarire di che tipo di automazione intelligente stiamo parlando: non quella dei robots industriali e delle intelligenze artificiali "generali", ma le più modeste soluzioni algoritmiche disponibili nei nostri oggetti connessi di consumo di massa. Tra le piattaforme del digital labor (e più in particolare del micro-lavoro, sul quale mi concentrerò) spicca il già citato Mechanical Turk, creato da Amazon nel 2005, sulla base di un brevetto che risale addirittura al 2001. Una piattaforma che ha oggi due decenni di vita, ispirata a sua volta da una metafora vecchia di due secoli e mezzo. Il "turco giocatore di scacchi" era un automa introdotto nel 1769 alla corte d'Austria dall'ingegnere Von Kempelen. All'imperatrice Maria Teresa venne presentato un automa antropomorfo capace di simulare i processi cognitivi umani di un giocatore di scacchi. Si trattava né più né meno della prima intelligenza artificiale.

[34] Paola Tubaro e Antonio A. Casilli (2019), "Micro-work, artificial intelligence and the automotive industry", *Journal of Industrial and Business Economics*, vol. 46, n. 3, p. 333–345.

Fig. 2 - Schema del "giocatore di scacchi" di Von Kempelen.



Fonte: Karl Gottlieb von Windisch, *Briefe über den Schachspieler Des Herrn Von Kempelen*, 1784.

Ma, allora come oggi, questa IA aveva ben poco di artificiale. Perché all'interno dell'automa si nascondeva in realtà un essere umano (fig. 2) . Le ipotesi sull'identità del suddetto essere umano sono molteplici e tutte problematiche: secondo alcune voci si sarebbe trattato di un militare che aveva perduto le gambe in battaglia, altri parlavano di un bambino molto magro che riusciva quindi con le mani a far muovere l'automa. Edgar Allan Poe, in un celebre saggio del 1836 parlava di un "italiano al servizio [di von Kempelen]", "di taglia media" e "dalle spalle singolarmente curve"[35]. Un secolo più tardi, Walter Benjamin parlerà di un "nano gobbo".[36] Per stravaganti che fossero queste illazioni, in nessun caso era avanzata l'ipotesi che questo operatore umano fosse un gran maestro degli scacchi, un genio o un intelletto al di sopra del comune.

Questa, è forse la cosa più interessante (e più sfacciatamente cinica) del progetto Amazon Mechanical Turk. Con questo nome, Jeff Bezos sembra alludere al fatto che la sua piattaforma opera la stessa mistificazione che quella del turco meccanico del '700. Ma all'interno dei suoi processi automatici non nasconde una sola persona, bensì centinaia di migliaia di operai del clic, di 'nani gobbi', di lavoratori non specializzati e spesso esclusi dal mercato del lavoro. Chi sono questi "Turker"? Si tratta sostanzialmente, di persone che non hanno qualifiche né competenze specifiche. Non

[35] Edgar Allan Poe, *Il giocatore di scacchi di Maelzel*, SE, Milano, 2009, p. 17.
[36] Walter Benjamin, *Sul concetto di storia*, Torino, Einaudi 1997.

sono ingegneri, informatici, né esperti di *machine learninig*. Si tratta di semplici utenti che vogliono guadagnare un complemento di reddito connettendosi ad una applicazione dove realizzano delle micro-mansioni (*micro-tasks*), ripetitive ed estremamente semplici: trascrivere decine di scontrini, organizzare playlists, annotare immagini, ecc.

Tutto questo serve ad addestrare degli algoritmi—di riconoscimento di forme o di testo, di interpretazione di lingue, di scelta di percorsi GPS, per esempio. Anche le autovetture autonome hanno bisogno di micro-lavoratori che, a partire delle immagini registrate dal veicolo, distinguono un pedone, interpretano un cartello stradale, spiegano cosa fare davanti a un semaforo. Sono proprio i micro-lavoratori che, tutto il giorno, guardano delle immagini registrate da automobili e le classificano.

Amazon non è l'unica azienda a essersi dotata di una piattaforma di micro-lavoro. Molte delle grandi società del settore tech propongono oggi lo stesso tipo di servizio, di solito per migliorare la propria offerta. Microsoft, per esempio, ha creato un clone di Mechanical Turk che si chiama UHRS per parametrare i risultati di Bing. Apple si serve della piattaforma di micro-lavoro TryRating per ottimizzare la performance della sua app "Map", e Alphabet ha un'altra applicazione dello stesso tipo, RaterHub, per calibrare Google Search.

Queste piattaforme sono necessarie per produrre l'IA e gli algoritmi di apprendimento automatico. La loro necessità si è imposta alla nostra comprensione come una costante e come un elemento ineliminabile alla fine della nostra ricerca a tutto campo sul micro-lavoro in Francia pubblicata nel 2019[37]. Il digital labor umano alimenta l'IA in tre maniere diverse. La prima, già ampiamente documentata, consiste nella generazione dei dati e nell'*addestramento* dei modelli matematici. Ma il lavoro umano piattaformizzato è anche utilizzato per *verificare* la pertinenza dei risultati dell'IA, nonché per *simularne* l'esistenza stessa[38].

Un esempio della prima funzione del digital labor ci è fornito dall'intervista approfondita realizzata con il fondatore di una start-up che aiuta gli sviluppatori di applicazioni intelligenti per oggetti connessi (smartphone, altoparlanti wireless, ecc). Se un software developer volesse creare una applicazione che permette al suo utilizzatore di pronunciare il titolo di una canzone a caso e di lanciare la versione karaoke della stessa, avrebbe bisogno di milioni di esempi di titoli di canzoni per costituire la sua base dati di addestramento. La startup mette allora a disposizione

[37] AA. VV., "Le Micro-travail en France. Derrière l'automatisation de nouvelles précarités au travail ?", cit.
[38] Paola Tubaro, Antonio A. Casilli e Marion Coville, "The trainer, the verifier, the imitator", cit.

degli sviluppatori un programma che in apparenza è interamente automatico, con tanto di pulsante "*generate data*" ben visibile che permette di creare ex novo centinaia di migliaia di esempio. Ma ciò è possibile perché il pulsante si connette in realtà a un servizio a pagamento che fornisce dei "turchi meccanici", ovvero sia di micro-lavoratori. Lo sviluppatore può scegliere di acquistare dati per 100, 250, 500 euro, ma nel back-office, al micro-lavoratore entrano in tasca solo i pochi centesimi corrispondenti ai secondi di tempo necessari per pronunciare uno o più titoli di canzoni[39].

Invisibilizzati, i micro-lavoratori realizzano le operazioni necessarie per fornire esempi a partire dai quali le applicazioni intelligenti apprendono. Ciononostante, il loro non è un lavoro di "professori" degli algoritmi, dotati di responsabilità pedagogiche, di autonomia e di una visione chiara delle mansioni che la macchina svolge. Al contrario, si tratta di attività opache, che distaccano i lavoratori dalle loro realizzazioni. Costituiscono chiari casi di alienazione e introducono rischi psico-sociali specifici. Una micro-lavoratrice intervistata nel contesto della nostra inchiesta descriveva la sua ultima mansione (preparare immagini per una applicazione di consigli dietetici) come un compito tanto misterioso quanto inutile: "Disegnare un quadrato intorno a un pomodoro… ci danno l'immagine di un piatto e ci dicono: 'disegnate un quadrato intorno a un pomodoro'. Non sappiamo perché. Tutti sanno cos'è un pomodoro, spero… poi se c'è, penso debba essere utile a qualcuno per qualcosa, ma… non so perché"[40].

Alienazione, dunque: una persona distaccata dal senso della sua attività, che in questo caso specifico consisteva nell'etichettare immagini per una applicazione di consigli dietetici personalizzati: scatto una foto del mio piatto con lo smartphone e un modello matematico calcola calorie e coerenza con il mio fabbisogno nutritivo. Questo lavoro necessario di annotazione di grandi masse di dati viene frammentato fino a proporre ai micro-lavoratori diverse mansioni per ciascuna immagine: qualcuno si occuperà allora di identificare i pomodori, un altro l'insalata e così via.

Davanti a una procedura tanto rigorosa di preparazione di database di addestramento per le IA, la reazione potrebbe essere di aderire al discorso ideologico degli informatici e degli investitori della tech, che considera il *digital labor* come un fenomeno transitorio, destinato a scomparire una volta che tutte le IA del mondo saranno state addestrate, che tutti i modelli matematici alla base di queste tecnologie

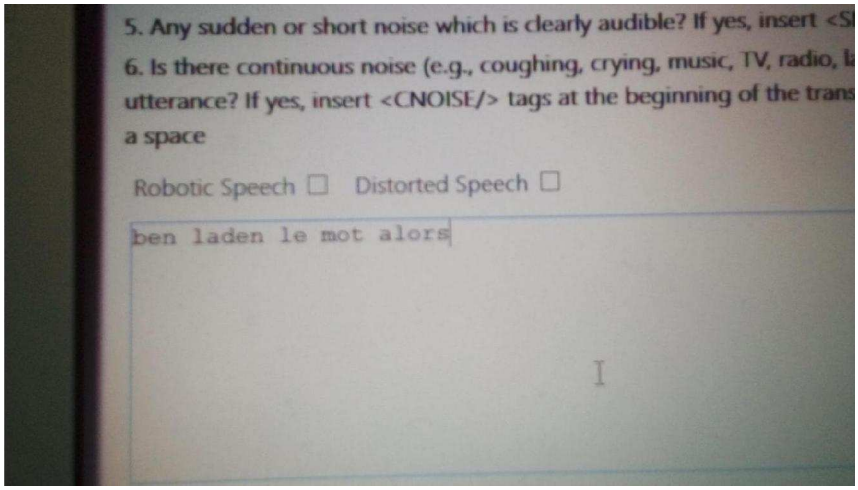
[39] AA. VV., "Le Micro-travail en France. Derrière l'automatisation de nouvelles précarités au travail ?", cit., p. 57.
[40] *Ibid*., p. 35.

avranno appreso a partire da tutti i dati necessari. In quel momento non ci sarà più bisogno del lavoro umano, e si raggiungerà quella che viene spesso designata come "piena automazione", che coinciderebbe davvero con la perdita di percentuali enormi di impieghi umani.

Ma la fede ingenua nella possibilità di addestrare una volta per tutte le IA si scontra con la realtà produttiva e commerciale di queste tecnologie. Anche quando esse esistono e funzionano, sono messe su mercati dove devono conquistare sempre nuovi segmenti di mercato e competere con altre applicazioni che presentano più features. Questo implica il bisogno costante di riaddestrarle, non solo perché imparino nuove lingue, nuove funzionalità, ma anche e soprattutto perché non commettano errori nel momento in cui si confrontano a una nuova operazione. Bisogna allora mobilizzare un altro esercito di micro-lavoratori che, prima di tutto, verifichino e controllino i risultati delle IA. Se coloro che li addestravano potevano ancora essere considerati come dei collaudatori di prototipi, i verificatori sono coloro che si occupano della manutenzione di sistemi in attività.

Un'altra micro-lavoratrice da noi intervistata, svolgeva ad esempio un lavoro alquanto peculiare (e problematico) di correzione dei risultati prodotti da un assistente virtuale. Le micro-mansioni alle quali era adibita consistevano in piccoli estratti audio che duravano appena da 5 a 15 secondi. L'IA aveva già tentato di trascrivere le conversazioni, e alla micro-lavoratrice incombeva il compito di verificare che il trascritto corrispondesse a quanto contenuto nei file audio. La remunerazione era tutt'altro che generosa e i ritmi infernali: questa persona riceveva più di 100 task all'ora, una massa di lavoro che non poteva ovviamente svolgere alla cadenza stabilita dalla piattaforma. Oltre ai problemi di violazione della vita privata dei consumatori che questa attività può comportare (gli assistenti vocali hanno la fastidiosa abitudine di attivarsi in momenti inopportuni, catturando conversazioni intime, informazioni sensibili, segreti professionali), resta il fatto che la qualità delle trascrizioni trattate era piuttosto scadente. E questo può avere conseguenze negative sugli utilizzatori.

Fig. 3 - Foto di una schermata contenente una micro-mansione di verifica di trascrizioni automatiche. Fonte: inchiesta DiPLab.



Fonte: inchiesta DiPLab.

Una delle micro-mansioni trattate, per esempio, aveva prodotto in francese la trascrizione "*Ben Laden le mot alors*" ("Ben Laden la parola allora"). Frase sibillina e, nel contesto delle leggi ipersecuritarie della Francia, potenzialmente da segnalare alle autorità competenti. Tuttavia, dopo l'ascolto della micro-lavoratrice madrelingua la trascrizione è stata corretta in un molto più prosaico "*bien, donne-le moi alors!*" ("beh scusa, dammelo!") (fig. 3), pronunciato forse da qualcuno che stava chiedendo ad un'altra persona di passargli il sale…[41]

Anche per funzionalità a basso impatto come scegliere una canzone o farsi suggerire un buon ristorante, l'implicazione continua dei micro-lavoratori che verificano i risultati dell'IA sembra tutt'altro che transitoria. Questo è ancora più vero per le funzionalità critiche: non lasceremmo senza verifica (anche perché è vietato dall'articolo 22 del GDPR) un sistema automatico che guidi un'automobile, scelga una terapia o assegni un mutuo. Ciò basterebbe ad ammettere che ci sono limiti naturali e sociali all'automazione completa. Ma un altro limite, che ancora una volta suggerisce la perpetuazione del digital labor, è di natura economica: a volte sviluppare un'IA interamente funzionante costa molto di più che ingaggiare migliaia di micro-

[41] *Ibid.*, p. 58.

lavoratori. La terza ed ultima attività necessaria per la fabbricazione di IA, è quella che chiamiamo *A.I. impersonation*, ovvero l'imitazione di intelligenze artificiali.

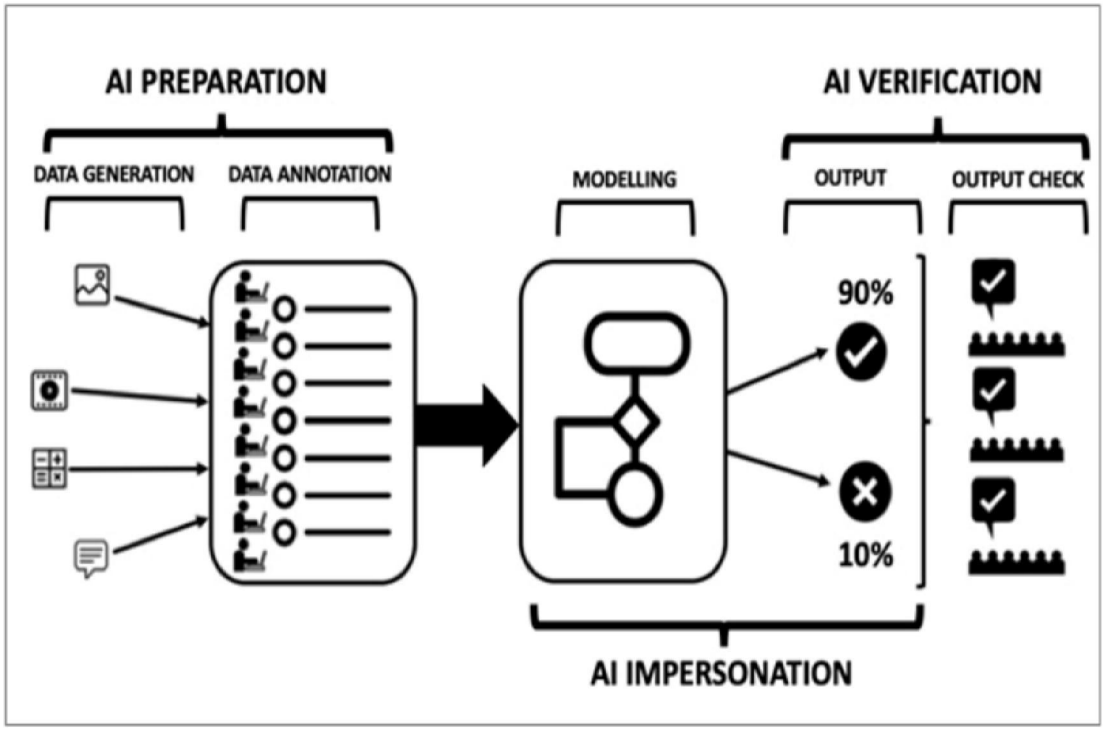
L'esempio chiave è il caso che riporto in apertura del mio libro *Schiavi del Clic*: un giovane stagista in una startup che dice produrre raccomandazioni algoritmiche per prodotti di lusso per una clientela VIP, scopre in realtà che il lavoro è realizzato a mano da persone reclutate in Madagascar le quali, dopo aver raccolto informazioni personali sui profili social dei clienti potenziali, propongono beni e servizi. Fintanto che il lavoro di una miriade di operai del clic sarà meno caro di quello di una squadra di informatici specializzati nello sviluppo di soluzioni realmente automatiche, la startup non avrà nessuna ragione economica di sviluppare l'IA che dichiara di possedere già. "L'ideale sarebbe di metterla in cantiere", riconosce uno dei suoi fondatori, "ma a questo stadio le richieste dei nostri clienti sono così numerose che dobbiamo concentrare i nostri sforzi sulla piattaforma esistente, per renderla più efficiente e redditizia."[42]

Comprensibilmente, lo stagista da noi intervistato interpretava questa situazione come un caso di pubblicità ingannevole. Ma la realtà è più complessa: anche le piattaforme ufficiali come Amazon Mechanical Turk sono basate su un principio di simulazione dell'intelligenza artificiale. In occasione del suo lancio nel 2006 al MIT, Jeff Bezos stesso presentava un caso in cui, al posto di sviluppare un'applicazione che genera raccomandazioni di attività ricreative a New York, il codice permettesse di pubblicare delle micro-mansioni per chiedere ai Turker di suggerire luoghi di uscita e ristoranti in tempo reale[43]. Altre aziende chiamano questa maniera di funzionare "apprendimento in tempo reale" (*real time learning*). Infatti, non siamo molto lontani dalla situazione di addestramento per l'applicazione di karaoke citata qualche pagina fa, solo che in questo caso lo scopo non è di creare, a termine, una vera IA. Lo scopo è di fornire un servizio all'utilizzatore, con ogni mezzo necessario e al prezzo più basso.

Lo schema in fig. 4 riassume quanto detto finora. Secondo i nostri risultati, l'automazione intelligente richiede una quantità considerevole di digital labor umano, e non solo in fase di preparazione e addestramento. La sua utilità anche a dei fini di verifica e di imitazione è confermata[44].

[42] A. A. Casilli, *Schiavi del clic*, cit., p. 19.
[43] *Ibid., p. 116-119.*
[44] Paola Tubaro, Antonio A. Casilli e Marion Coville, "The trainer, the verifier, the imitator", cit.

Fig. 4 - Preparazione, verifica, imitazione: le tre funzioni del digital labor necessarie per lo sviluppo di soluzioni di IA.



Fonte: Tubaro, Casilli, Coville (2020).

Soprattutto l'imitazione può sembrare una soluzione complessa e estremamente costosa, ma fintanto che i micro-lavoratori sono pagati qualche centesimo e sottoposti a una concorrenza reciproca senza controllo, rimarrà sempre più conveniente dal punto di vista economico di produrre della "intelligenza artificiale artificiale" (la frase è sempre di Jeff Bezos), invece che costruire un modello matematico, creare un database, aggiornare il processo, correggere i risultati, ecc. E per abbassare i prezzi di questo lavoro, strumenti classici come l'offshoring o il dumping sociali sono utilizzati senza ritegno. Malgrado le piattaforme che producono questi servizi li presentino come "*Data with a human touch*" e mettano in avanti nella loro comunicazione aziendale modelli biondi e persone che sembrano residenti di paesi scandinavi, i loro effettivi sono per la maggior parte situati in paesi emergenti o in via di sviluppo[45]. Di

[45] Mark Graham, Isis Hjorth e Vili Lehdonvirta, "Digital labour and development: impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods", *Transfer: European Review of Labour and Research*, vol. 23, n. 2, 2017, pp. 135-162.

fronte alle decine di milioni di lavoratori dichiarati in Bangladesh, Filippine, Sudafrica, Venezuela da piattaforme globali come Upwork, Zhubajie, FigureEight, Appen, Microworkers, impallidiscono i 50.000 Turker che micro-lavorano per Jeff Bezos o i 260.000 lavoratori del clic da noi stessi stimati in Francia, i quali appartengono spesso a classi popolari o sono membri di famiglie che vivono sotto la soglia di povertà[46]. È un mercato globale dove le remunerazioni sono negoziate al ribasso.

Un altro imprenditore, intervistato nel contesto dell'inchiesta DiPLab, dichiara: "quello di cui la gente non si rende conto è che la stragrande maggioranza delle startup, soprattutto quelle business-to-business, che conosciamo, sono *human-based*, sono basate su degli esseri umani… Ma io capisco che per loro, è una scommessa sul futuro. Devono creare i propri dati e poi, su quella base, sviluppare dei modelli di machine learning, nella speranza che un giorno il processo sia del tutto automatizzato"[47].

È come in quell'adagio americano: "*Fake it until you make it*", fai finta finché non ci riesci. Ma in che momento possiamo dire che l'intelligenza artificiale *c'è riuscita*? Buona parte di quello che viene presentato oggi nei media come automatizzazione dei processi produttivi (*business process automation*), è in realtà esternalizzazione di questi stessi processi produttivi (*business process outsourcing*). Invisibilizzando il digital labor, le imprese tecnologiche contemporanee stanno incoraggiando una vasta impresa storica di delegazione a paesi terzi o a popolazioni fragilizzate dei paesi del Nord globale, processi che hanno ben poco di automatizzato e che contengono una parte cospicua e ineliminabile di lavoro vivo.

[46] AA. VV., *Le micro-travail en France*, cit., p. 29, 69-72.
[47] *Ibid*., p. 59.

Giorgio Griziotti

La simbiosi di piattaforme e finanza capitaliste nell'estrazione del valore-rete

Sconfiggendo strategicamente la classe operaia, il capitalismo esce trionfante nella transizione dall'era industriale a quella biocognitiva, avvenuta a partire dalla fine della guerra fredda e siglata dalla caduta dell'Unione Sovietica.

Ad inizio secolo però i movimenti Noglobal prima, e Occupy / Indignados poi, diedero a molti l'illusione che il cambio di paradigma tecnologico potesse essere una carta vincente per costruire l'autonomia del general intellect. Le NTIC infatti creavano una rottura senza precedenti nella dimensione bio-cognitiva dello spazio-tempo umano e globale.

E nello stesso tempo si ebbe l'impressione che la governance neoliberale fosse presa alla sprovvista dalla trasformazione antropologica, sociologica e politica indotta dalle tecnologie e lo scivolamento della faglia capitalista parve ad un passo da un sisma decisivo.

Ma così non era.

Oggi sappiamo di aver sopravvalutato la forza di quei movimenti (da cui la critica alla *folk politics* portata dagli accelerazionisti William e Srnícek nel loro "Pretendi il futuro") ma forse non abbiamo piena coscienza di aver sottovalutato ancora una volta la capacità di adattamento del capitalismo, che, come diceva, Foucault è una tecnica di potere.

Eppure, avremmo dovuto percepire che la bolla internet degli anni 2000 (quella della new economy) era stata una prima avvisaglia. In quella occasione il capitalismo, coi suoi tipici modi speculativi, aveva investito esageratamente sulle NTIC, creando una bolla. Ma non si trattava solo di speculazione, quanto di *un ballon d'essai* per orientare a proprio favore l'enorme potenziale delle tecnologie.

Anche se la bolla della new economy scoppia, da lì emergono le grandi piattaforme globali che, utilizzando il concetto di Mumford, possiamo definire come le megamacchine del capitalismo biocognitivo.

I mattoni di questa gigantesca trasformazione sono i dispositivi tecnologici che dalla rottura spazio-temporale fanno emergere la nuova dimensione del bioipermedia.

Una dimensione in cui le piattaforme, affermandosi ed estendendosi, acquisiscono una capacità di modellare il bioipermedia come ambiente ideale per esercitare il controllo biopolitico dell'umanità. Questo processo dà vita agli oligopoli digitali (GAFAM, NATU, BTAX…) che oggi costituiscono le più grandi capitalizzazioni mondiali.

Uno sviluppo che avviene grazie al nostro concorso e prende la forma di una servitù volontaria contemporanea. Ed è proprio la nostra implicazione che rende meno percettibili ed evitabili i dispositivi di cattura e di messa a valore delle soggettività e giustifica la denominazione di neurocapitalismo.

L'alleanza del capitale finanziario con quello tecnologico digitale va a doppio senso. Se le piattaforme del capitalismo hanno inizialmente bisogno dell'apporto del potere finanziario, cuore del neoliberismo, in seguito ne diventano la cinghia di trasmissione biopolitica.

In altre parole le piattaforme assumono il ruolo di agente politico esecutivo sul terreno e nel quotidiano del potere finanziario, che preferisce operare a distanza dai comuni mortali.

È un'azione a diffusione planetaria: dalle code degli scalatori di un Everest disneyficato ai migranti in cerca di segnale sulle spiagge di approdo, il bioipermedia non ha più discontinuità.

È un'azione che si esplicita in forme e modalità estremamente variate: si diversifica per coprire lo spettro di tutte le attività umane ma è sempre tessuta su una stessa trama basata sui canoni conformi allo spirito del capitalismo neoliberale: individualismo, consumismo e competitività.

Inoltre, come ci spiega Zuckerberg, le piattaforme del capitalismo hanno anche la capacità di assumere il ruolo di sorveglianza e controllo di tutto quello che invece è "anomalo".

Le piattaforme condividono inoltre con il potere finanziario quella caratteristica di ubiquità tipica delle grandi istituzioni globali, che in generale permette loro di sottrarsi al controllo delle istanze politiche nazionali e comunque, in caso di conflitto, di negoziare con loro da pari a pari.

Queste modalità di azione biopolitica delle piattaforme del capitalismo si applicano indistintamente a tutti gli aspetti vitali e quindi non c'è da stupirsi che intervengano in pieno sui rapporti di produzione.

Anzi possiamo affermare che c'è sempre meno un "mondo del lavoro" che possa essere considerato a parte. E questo nonostante *l'escamotage* della governance che,

per farci credere il contrario, prolunga artificialmente la vita di istituzioni che sarebbero altrimenti già affondate con la sinistra novecentesca.

Le piattaforme, pilotando il digital labour, trasformano in profondità i rapporti di produzione già destrutturati dalla globalizzazione.

Il lavoro gestito dai loro algoritmi è sminuzzato, frammentato, gamificato e corrisponde così perfettamente al concetto mumfordiano di megamacchina come moltitudine di esseri umani che agiscono come "servo-unità". La novità rispetto al passato dell'era industriale è che una parte consistente di questo lavoro non è pagato. Nell'azione globalizzata delle piattaforme il digital labor, ed in particolar modo il lavoro del clic, p. es Amazon Mechanical Turk, è decontestualizzato dalle legislazioni nazionali e reso talvolta gratuito.

I lavori di Carlo Vercellone e di Antonio Casilli sono particolarmente significativi in quanto:

- Presentano il panorama sempre più vasto delle piattaforme e le ripartiscono in categorie omogenee e appropriate.
- Analizzano e mettono in luce gli aspetti funzionali e le tipologie delle piattaforme della gig economy e del digital labour, evidenziando le nuove forme di estrazione di valore.
- Presentano un quadro dei modi di resistenza agli oligopoli tecnologici dominanti, e degli esperimenti e progetti basati sui commons (piattaforme cooperative, progetti del neo-municipalismo etc).

Le piattaforme estraggono valore dagli enormi giacimenti di quello che gli analisti finanziari del neoliberismo definiscono il petrolio dell'era cognitiva, e cioè i BIG DATA. Questo ci dà l'opportunità di mettere in avanti le ipotesi di un reddito sociale garantito che restituisca al comune quello che è prodotto socialmente in rete. Certo non nel senso, difeso da alcuni (Jaron Lanier), di remunerazione individuale.

Secondo alcuni (Mark Alizart, *Crypto-communisme*, Parigi, PUF 2019) l'implementazione e la messa in opera di una tale erogazione di reddito incondizionato si potrebbe avvalere dei concetti e della tecnologia della blockchain.

Se queste analisi sono l'ancora per resistere alla tempesta in corso, ci sono in Europa anche segnali incoraggianti provenienti dal terreno dei movimenti. Per esempio, il movimento moltitudinario e di democrazia diretta dei "Gilet gialli" in Francia dà indicazioni che sono tanto post-capitaliste che post-sinistra (novecentesca).

Le capacità di autorganizzazione, anche locale, di resilienza rispetto alla repressione durissima e soprattutto le concrete vittorie ottenute ne sono gli aspetti salienti. Già nelle prime settimane di lotta i Gilet giallo hanno costretto il potere ad

acconsentire a diversa rivendicazione e, fra l'altro a concedere 100€ di aumento del salario minimo, cosa che i sindacati non avevamo mai ottenuto nei 30 o 40 anni precedenti. Senza parlare poi della sconfitta strategica inflitta ai media mainstream che in Francia stanno perdendo qualsiasi capacità di influenza in larghissimi strati della popolazione (non solo i *millenials*).

Questo ci ricorda che tutte le conquiste sociali del secolo precedente non sarebbero state ottenute senza uno sfondo rivoluzionario. Ricominciare da capo quindi, non significa ripartire da zero.

Andrea Fumagalli, Stefano Lucarelli, Elena Musolino, Giulia Rocchi

Il digital labour all'interno dell'economia delle piattaforme: il caso di Facebook[48]

1. Introduzione

Nonostante lo scoppio della bolla Internet alla fine degli anni '90, la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) continua a segnare gli anni 2000. Soprattutto negli ultimi anni abbiamo assistito ad una significativa accelerazione tecnologica. Diversi settori sono stati colpiti. Si tratta di industrie che hanno sempre più a che fare con la gestione della vita umana (ad esempio, lo Human Genome Project, iniziato nel 1990 e conclusosi nel 2003, ha aperto enormi spazi nella possibilità di manipolazione della vita individuale e della sua procreazione [1]). Come sottolineato da Robert Boyer "questo tipo di modello di crescita è un'estensione della continua trasformazione che è proseguita a partire dalle potenzialità dell'economia dell'informazione" [2]. Se il paradigma tecnologico dell'ICT ha colpito duramente i livelli occupazionali nell'industria manifatturiera, la nuova ondata biotecnologica rischia di avere effetti ancora maggiori sui settori terziari tradizionali e avanzati, che negli ultimi decenni hanno svolto un ruolo compensativo contro la perdita di posti di lavoro nei settori tradizionali.

Lo sviluppo di algoritmi di seconda generazione [3] permette un processo di automazione senza precedenti nella storia dell'umanità. Applicati alle macchine utensili, attraverso le tecnologie informatiche e le nanotecnologie, sono in grado di trasformarle in strumenti e mezzi di produzione sempre più flessibili e duttili. Gli algoritmi di seconda generazione si differenziano dalla prima generazione per la loro natura cumulativa di auto-apprendimento, configurando così un nuovo rapporto tra uomo e macchina. Infatti, dopo la prima fase di implementazione e creazione, grazie al comportamento umano, sono in grado di operare in una condizione quasi totale di automazione (machine learning). Le tecnologie attuali, tuttavia, non possono operare senza l'accelerazione (rispetto al recente passato) del grado di raccolta e manipolazione di una grandissima quantità di dati in spazi sempre più ristretti e con

[48] *La versione originale inglese di questo saggio è stata pubblicata sulla rivista Sustainability, giugno 2018*

una velocità sempre maggiore. Già nel 2011, una ricerca del McKinsey Global Institute ha esaminato lo stato dei dati digitali e ha riconosciuto il grande potenziale di valore economico che questi possono creare:

"Ci sono cinque grandi modi in cui l'utilizzo dei *big data* può creare valore. In primo luogo, i *big data* possono sbloccare un valore significativo rendendo le informazioni trasparenti e utilizzabili a frequenze molto più elevate. In secondo luogo, poiché le organizzazioni creano e memorizzano più dati transazionali in forma digitale, possono raccogliere informazioni sulle prestazioni più accurate e dettagliate su tutto, dalle scorte di prodotti ai giorni di malattia, rendendo esplicita così la variabilità [dei dati] e aumentando le prestazioni. Le aziende leader utilizzano la raccolta e l'analisi dei dati per condurre esperimenti controllati per prendere decisioni gestionali migliori; altre utilizzano i dati per le previsioni di base a bassa frequenza per le previsioni ad alta frequenza, che ora stanno lanciando per regolare le leve di business just in time. In terzo luogo, i *big data* consentono una segmentazione sempre più stretta dei clienti e quindi prodotti o servizi su misura in modo molto più preciso. In quarto luogo, un'analisi sofisticata può migliorare sostanzialmente il processo decisionale. Infine, i *big data* possono essere utilizzati per migliorare lo sviluppo della prossima generazione di prodotti e servizi".[4]

Come sostenuto da Martin Kenney e John Zysman, tra gli altri,

"la rivoluzione algoritmica e il cloud computing sono le basi dell'economia della piattaforma. Ma la potenza di calcolo è solo l'inizio della storia. Quella potenza di calcolo viene convertita in strumenti economici utilizzando algoritmi che operano sulla materia prima dei dati". [5].

Nell'economia emergente delle piattaforme digitali, il dato come output finale, che diviene poi redditizio sui mercati globali della comunicazione e della pubblicità, dà origine a un "valore di rete" come risultato di un processo continuo e dinamico di interazione tra il lavoro umano e linguistico e le infrastrutture digitalizzate (le piattaforme) [6]. Condizione necessaria (anche se non sufficiente) perché un algoritmo possa essere sfruttato al massimo della potenza è l'esistenza di un processo di standardizzazione della catalogazione dei dati necessari in relazione allo scopo prefissato. Ciò è reso possibile dalle tecniche di manipolazione dei cosiddetti "*big data*", in particolare le tecniche di analisi e di estrazione di *big data* per dati strutturati e non strutturati (comunemente chiamate "estrazione di dati"), così come spiegato nella letteratura sulla gestione tecnologica da Amir Gandomi e Murtaza Haider [7]. I *big data* rappresentano non solo alcuni dei dati più granulari che siano mai esistiti, generati secondo per secondo da ogni dispositivo e software connessi al web, ma rappresentano anche uno strumento in grado di cambiare il significato profondo delle attività umane e in particolare del lavoro umano.

In *Platform Capitalism*, Nick Srnicek fornisce uno dei primi interventi di ispirazione marxista nel discorso sulla digitalizzazione trainata dai dati e sul futuro del lavoro [8]. Secondo Srnicek, l'evoluzione delle tecnologie di internet ha modificato

radicalmente lo scenario dell'accumulazione di capitale e dei rapporti di proprietà tra le imprese, e legittima la seguente domanda: l'emergere del capitalismo delle piattaforme costituisce una nuova modalità di sfruttamento? Srnicek offre un quadro innovativo attraverso il quale affrontare la questione nella sua concezione dei dati come 'materia prima', ma la sua analisi si limita agli effetti delle così dette *lean platforms* sul mercato del lavoro.

Da una prospettiva marxiana, dovrebbero essere considerati altri due problemi:

1. In che cosa consiste il processo di trasformazione delle informazioni personali in *big data*?
2. E, inoltre, qual è l'origine del valore nell'economia delle piattaforme?

In questo contributo, partendo dall'esempio di Facebook, spieghiamo il processo di valorizzazione al centro del capitalismo delle piattaforme, sottolineando la rilevanza del *digital labour* come fonte di valore economico per un numero sempre maggiore di imprese alimentate dai dati.

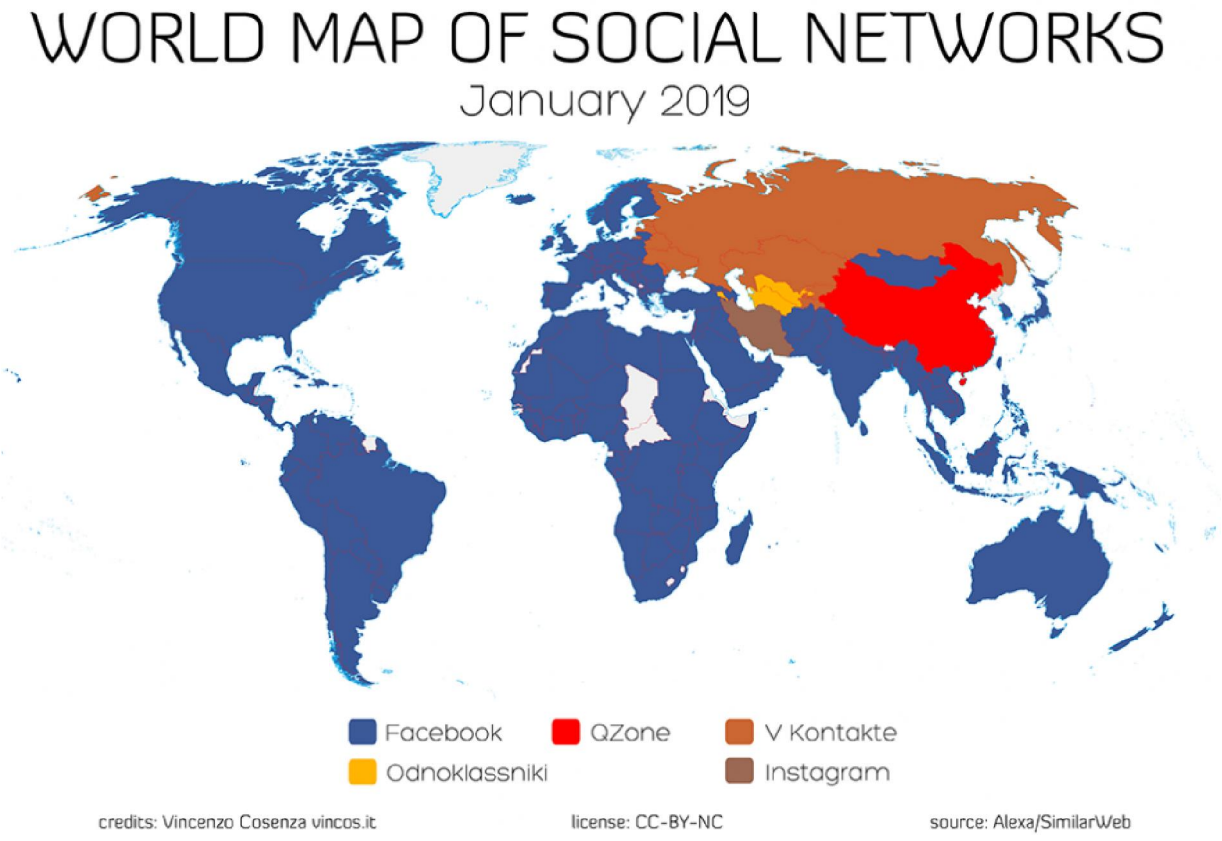
L'obiettivo principale della Sezione 2 è la presentazione del modello di creazione di valore utilizzato da Facebook. Infatti, la società americana di servizi di social media online e social networking lanciata da Mark Zuckerberg rappresenta un esempio di piattaforma pubblicitaria in cui il valore si basa essenzialmente su un processo di espropriazione delle così dette *life skills* degli individui. Nel modo tradizionale, il capitalismo delle piattaforme ha a che fare principalmente con la soddisfazione di alcuni servizi rivolti ai consumatori e con la gestione dei settori legati alla logistica delle merci. Le industrie più colpite riguardano il settore terziario, anche se sono coinvolte in alcuni aspetti le industrie manifatturiere. Questa prospettiva sembra comune all'argomentazione di Nick Srnicek e al Report McKinsey sui *big data*. La loro analisi del capitalismo delle piattaforme non considera altre caratteristiche rilevanti del modello economico, in particolare il fatto che le attività umane sulle piattaforme Internet sono sempre più integrate con gli elementi digitali della comunicazione e del linguaggio, come sosteniamo nella Sezione 3. È quindi necessario chiarire la distinzione cruciale tra "labour" e "work" per proporre una definizione specifica di "*digital labour*", come proponiamo nella Sezione 4 dopo aver discusso il concetto all'interno del dibattito marxiano. Ci riferiamo in particolare ai recenti contributi di Christian Fuchs e Sebastian Sevignani (2013) [9] e Trebor Scholz (2017) [10], mostrando la rilevanza della tendenza al divenire rendita del profitto

proposta innanzitutto da Carlo Vercellone (2010) [67]. La sezione 5 conclude il saggio.

2. **Il caso di Facebook**

Come mostrato in Figura 1, Facebook è il leader mondiale indiscusso nel campo dei social network.

Figura 1. Mappa mondiale dei social network. Fonte: http://vincos.it/world-map-of-social-networks.



A partire dal primo trimestre del 2017, il numero mondiale di utenti attivi mensili su Facebook ammonta a 1,94 miliardi, con un aumento del 17% rispetto all'anno precedente [11]. Un utente attivo mensile (MAU) è definito come un utente Facebook registrato che si è connesso e ha visitato Facebook attraverso il sito web o un dispositivo mobile, o ha utilizzato l'applicazione Messenger almeno una volta negli ultimi 30 giorni; questa metrica, oltre a quelle relative agli utenti attivi giornalieri

(DAU) e al ricavo medio per utente (ARPU), non include gli utenti Instagram, WhatsApp e Oculus [12].

Secondo il Facebook Annual Report, il fatturato è stato di 27,64 miliardi di dollari nel 2016, in crescita del 54% su base annua, e i ricavi pubblicitari, che rappresentano la quasi totalità dell'importo citato, sempre più provenienti da dispositivi mobili che da computer desktop [13], sono stati di 26,89 miliardi di dollari, con un tasso di crescita addirittura superiore a quello del fatturato. Nel caso specifico di Facebook, i ricavi pubblicitari relativi ai dispositivi mobili hanno rappresentato circa l'83% dei ricavi pubblicitari totali nel 2016. Da dove viene questo valore?

2.1. Facebook: La creazione di un gigante

La storia del social network più popolare del mondo è nota. Le radici dell'azienda devono essere esaminate nel contesto accademico. La prima versione del sito, chiamata "Thefacebook" e fondata nel febbraio 2004 da Mark Zuckerberg-uno studente di psicologia all'Università di Harvard appassionato di programmazione dei software – poteva essere raggiunta solo da utenti che possedevano un indirizzo email Harvard.edu [14,15]. In considerazione del notevole successo ottenuto [16] – il sito ha registrato 1200 abbonamenti in 24 ore, coprendo oltre la metà della popolazione studentesca un mese dopo – la rete si è rapidamente espansa a tutte le università americane, è diventata "Facebook" nell'agosto 2005 e ha allargato il suo orizzonte ben oltre gli istituti universitari, diventando accessibile a qualsiasi utente almeno tredicenne con un indirizzo e-mail.

Nel corso di poco più di un decennio, Facebook ha acquisito 65 aziende (inclusi tutti gli *asset*) per un totale di oltre 23 miliardi di dollari di spesa, escludendo le somme di acquisizione non rivelate [17].

Questo grande blocco di acquisizioni può essere suddiviso in quattro segmenti principali, ognuno dei quali segue una precisa strategia di marketing legata alla graduale evoluzione dell'azienda:

1. Il primo include tutti quegli acquisti volti a migliorare le funzionalità del sito Facebook: tra questi troviamo Friend Feed (un aggregatore di *feed* in tempo reale le cui funzioni "Mi piace" e "News Feed" sono diventate il marchio di fabbrica di Facebook dal 2009), Octazen Solutions (il cui servizio di *contactimporter* è stato incorporato in "Facebook Friend Finder" nel 2010), e DivvyShot (le cui tecnologie di photo-sharing sono state integrate in "Facebook Photos" nello stesso anno).

2. Il secondo sottoinsieme comprende le acquisizioni necessarie per entrare nel settore degli smartphone: SnapTu (piattaforma applicativa per telefonia mobile) e Beluga (applicazione di messaggistica istantanea di gruppo e servizio web) rappresentano le basi di Facebook Mobile e Facebook Messenger (un'applicazione di messaggistica sia per computer mobili che desktop, separata dalla piattaforma Facebook). In questo settore, troviamo anche gli investimenti aziendali più costosi: nel 2012 Instagram (un social network di condivisione di foto ancora funzionante con il proprio marchio, anche se alcune delle sue caratteristiche sono state integrate in Facebook) è stato acquistato per 1 miliardo di dollari, mentre l'acquisizione di WhatsApp (un'applicazione di messaggistica per telefonia mobile praticamente gratuita) è stata valutata in 19 miliardi di dollari.

3. Il terzo segmento riguarda l'implementazione del modello di raccolta pubblicitaria di Facebook. Nel 2013 l'azienda ha assorbito e ridisegnato la piattaforma di misurazione delle prestazioni delle campagne pubblicitarie Atlas Solutions, precedentemente di proprietà di Microsoft. Questa acquisizione ha permesso di abbinare le tecniche di tracciamento di Atlas sia con l'enorme *repository* di dati *first-party* di Facebook sia con dati di terze parti forniti da *data brokers* e relativi agli acquisti *offline* dei consumatori (Facebook ha collaborato con i *data brokers* Axciom, Epilson, Experian, Datalogix, Oracle e Quantium[18]). Invece del modello obsoleto basato sui *cookies*, che è diventato inaffidabile dopo l'avvento del *mobile* e il conseguente cambiamento nel comportamento di acquisto degli utenti, che si è spostato verso abitudini di acquisto *cross-device* (il che avviene quando un acquisto *online* coinvolge due o più dispositivi), questo investimento è apparso ad alcuni osservatori [19] come un tentativo di costruire una rete pubblicitaria al di fuori di Facebook, sfidando il dominio di Google nel *display advertising on line* (cioè quella forma di pubblicità che trasmette visivamente un messaggio commerciale utilizzando elementi grafici). La decisione, annunciata nel 2016, di spostare Atlas dal gruppo *adtech* di Facebook alla sua divisione di misurazione a causa di problemi di cattiva qualità e frode [20], ha portato alla chiusura immediata sia di Facebook Exchange [21] (un servizio desktop *ad-exchange* che permetteva a società terze di acquistare spot pubblicitari sul social network) sia di Live Rail [22] (una piattaforma di monetizzazione per *video publishers*, acquisito nel 2014 per mezzo miliardo di dollari*).* Questa decisione rispecchiava le intenzioni di Facebook di costruire un ecosistema pubblicitario digitale "off Facebook" chiuso e controllato centralmente, un "giardino recintato" che tiene i dati al riparo dall'accesso di altre

parti, chiamato Facebook Audience Network [23]. Quest'ultimo, lavorando in sinergia con Facebook Ads Manager, rappresenta una fonte di reddito essenziale per l'azienda.

4. Il quarto e ultimo segmento riguarda la diversificazione, ovvero le acquisizioni in settori diversi dal *social advertising* (la pubblicità sui social). Tuttavia, tali acquisizioni possono essere considerate ancora fortemente legate al *core business* di Facebook. Nel 2014 Facebook ha acquisito l'azienda tecnologica di realtà virtuale Oculus VR, la *fitness/health tracking app* ProtoGeo e l'azienda inglese Ascenta, produttrice di droni ad energia solare. Quest'ultima *talent acquisition* – combinata con un team composto da membri del NASA Jet Propulsion Laboratory, del NASA Ames Research Centre e del National Optical Astronomy Observator – è stata funzionale allo sviluppo di un progetto più ampio nell'ambito di un gruppo di ricerca e sviluppo appositamente creato, chiamato Connectivity Lab: Internet.org [24], in collaborazione con alcuni giganti dell'industria delle telecomunicazioni. Il progetto consiste in un'applicazione per dispositivi mobili con l'obiettivo di portare l'accesso a Internet a prezzi accessibili a quella parte ancora preponderante del mondo che non ha ancora sperimentato i "benefici della connettività", ovvero l'utilizzo di veicoli come, appunto, aerei senza pilota ad alta quota alimentati a energia solare (cioè droni) e satelliti. La piattaforma è stata ribattezzata con il nome meno pretenzioso di "Free Basics" nel settembre 2015, dopo che diversi gruppi di attivisti per i diritti digitali di 31 paesi hanno firmato una lettera aperta [25] a Zuckerberg, dicendo che Internet.org, fornendo l'accesso a un piccolo e selezionato insieme di siti web e servizi piuttosto che a tutta Internet, "viola i principi di neutralità della rete, minacciando la libertà di espressione, le pari opportunità, la sicurezza, la privacy e l'innovazione".

2.2. Il business model di Facebook

Secondo un'indagine di e-Marketer [26] rivolta a 551 *social media marketers* in tutto il mondo, Facebook è, per quasi il 96% del campione, la piattaforma di *social media advertising* più efficiente, con il più alto ritorno sull'investimento (ROI). Se si considera che la spesa per la pubblicità sui *social* a livello mondiale dovrebbe rappresentare il 20% di tutta la pubblicità su Internet entro il 2019 [27] e si prevede che supererà gli investimenti in pubblicità sui giornali, si può ragionevolmente pensare che la maggior parte di questa spesa finirà nelle mani della società di Menlo Park. Ciò

che non può essere contestato in alcun modo è che Google e Facebook non sono due "concorrenti in una situazione di duopolio", ma piuttosto due piattaforme indipendenti di monopolio pubblicitario su Internet che lavorano in modo complementare in due campi diversi, rispettivamente la pubblicità legata alla ricerca sul Web e la pubblicità sui *social media*, catturando insieme più della metà di tutta la crescita della spesa pubblicitaria globale [28].

Il modello di business di Facebook è diventato più simile a quello di Google grazie a Facebook Audience Network (FAN) e al suo strumento di gestione della pubblicità Facebook Ads Manager [29] nel 2014. FAN è un network focalizzato sui dispositivi mobili che fornisce agli inserzionisti nuovi mezzi per estendere le loro campagne oltre i confini di Facebook stesso, sfruttando l'ineguagliabile patrimonio di dati personali di Facebook e utilizzando gli stessi strumenti di *targeting* e misurazione altamente personalizzati disponibili per i normali annunci di Facebook: altre preziose fonti di informazione sono i pulsanti "Like" e "Sign in with Facebook" sparsi sul Web.

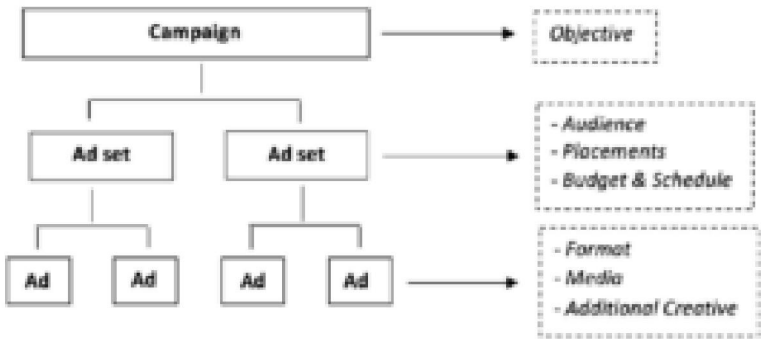
Questo cambiamento è avvenuto in fasi successive. FAN è stato concepito inizialmente come un network pubblicitario in-app che permetteva a qualsiasi inserzionista di acquistare spazi pubblicitari da qualsiasi sviluppatore di applicazioni di terze parti (non solo applicazioni create utilizzando Facebook for Developers [30]). Nel 2016 si è ampliato per includere, oltre alle applicazioni, anche siti web (di parti terze) per dispositivi mobili che hanno optato per la rete (un sito web per dispositivi mobili richiede la progettazione di un sito ad-hoc che coesiste con il sito navigabile da PC desktop o da PC portatili), ampliando ulteriormente la probabilità di raggiungere il giusto pubblico al di fuori di Facebook, ma limitandosi comunque agli utenti registrati su Facebook [31]. Nello stesso anno, l'azienda ha annunciato che anche le persone senza un account Facebook sarebbero diventate target di annunci pubblicitari [32]. È quindi chiaro che la FAN di Facebook opera allo stesso modo di Google Ad Sense.

Diamo ora un rapido sguardo al lato della domanda cui si rivolge il complesso marketing di Facebook [33].

Creando un account Business Manager, un inserzionista potrà sia autogestire le proprie pagine Facebook e i propri account pubblicitari, sia contare su agenzie di *broker marketing* ad hoc. Dopo aver impostato le informazioni sull'account (come la ragione sociale e l'indirizzo, la valuta, il fuso orario, ecc.), i dati di fatturazione e di pagamento e il budget pubblicitario mensile, gli inserzionisti potranno auto-organizzare la loro campagna pubblicitaria utilizzando l'account Facebook Ads Manager appena creato.

La figura 2 mostra come è strutturata una campagna Facebook, composta da uno o più insiemi di annunci a loro volta composti da uno o più annunci.

Figura 2. Struttura di una campagna pubblicitaria su Facebook.



L'obiettivo finale della campagna determinerà i formati degli annunci e le opzioni di asta. Facebook offre una vasta gamma di obiettivi raggruppati in tre categorie principali: consapevolezza, considerazione e conversione. Una campagna può avere diversi set di annunci. In questa fase è possibile definire un target di pubblico, sulla base di tre tipi primari di audience (*saved*, *custom* e *look a like*) e sfruttandone la localizzazione, la demografia, gli interessi, i comportamenti, il traffico del sito web e il coinvolgimento (il così detto *engagement*). I posizionamenti degli annunci possono essere lasciati alla scelta automatica di Facebook o configurati manualmente: appariranno sul desktop o sui dispositivi mobili (o su entrambi) e in più luoghi, tra cui: Facebook News Feed, colonna di destra di Facebook, Instagram, Messenger e la rete esterna di Facebook, ovvero FAN.

Il terzo passo consiste nell'assegnazione di un budget (giornaliero o fisso, basato su una strategia di offerta Cost-Per-Click-CPC, Cost-Per-Mille-CPM o Cost-Per-Action-CPA) e un calendario (scegliendo in quali giorni della settimana e fasce orarie gli annunci saranno visualizzati). La pubblicazione dell'annuncio avviene nell'ambito di un'asta mondiale a cui si aggiungono centinaia di migliaia di inserzionisti. Ogni volta che si verifica un'asta, Facebook combinerà tre fattori (importo dell'offerta, punteggio di rilevanza e tasso di azione stimato) in un valore totale. L'annuncio con il valore totale più alto potrà apparire negli angoli più adatti dell'ecosistema di Facebook. Il

primo fattore è la somma massima che l'inserzionista è disposto a pagare per vincere lo spazio pubblicitario ed è probabile che sia sempre inferiore all'importo effettivamente addebitato. Il secondo fattore è il gemello del Google Quality Score, un punteggio su una scala da 1 a 10 che valuta un annuncio in base alla sua rilevanza (cioè il livello di "attenzione" che l'annuncio riceve in termini di "Like", azioni, commenti, click, conversioni, etc.). Ciò significa che puntare al pubblico giusto porterà ad un buon tasso di *click-through rate* (CTR) sull'annuncio, un rapporto che indica il numero di clic su un annuncio diviso per il numero di volte che l'annuncio viene visualizzato. Il CTR a sua volta abbasserà il CPC/CPM/CPA e aumenterà il punteggio di rilevanza. Infine, il tasso di azione stimato è una valutazione della probabilità che un utente compia le azioni necessarie per ottenere i risultati su cui l'inserzionista ha scommesso. Ogni annuncio può essere composto da un pacchetto di annunci, il cui formato (altamente personalizzabile), canale mediatico e spunti creativi aggiuntivi (per personalizzare ulteriormente l'annuncio) devono essere accuratamente scelti in base all'obiettivo della campagna.

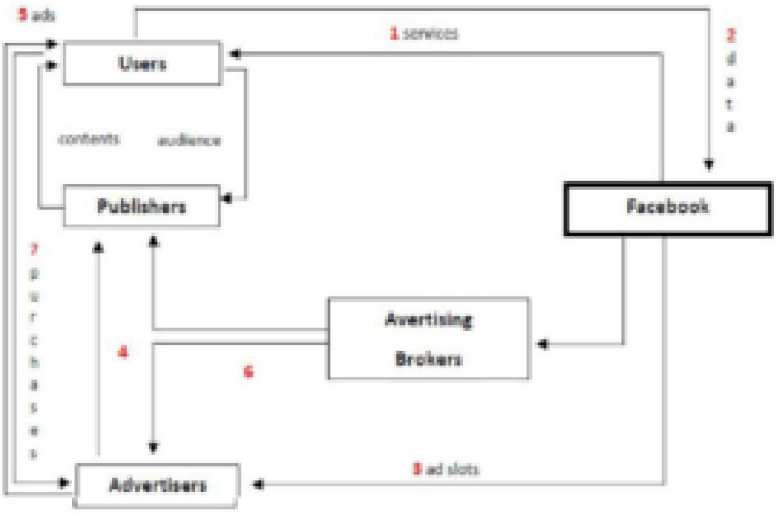
Dal lato dell'offerta troviamo il suddetto Facebook Audience Network [34], che aiuta i *publishers* e gli sviluppatori a monetizzare i loro siti web mobili e gli inventari delle applicazioni ospitando annunci alimentati da Facebook che corrispondono agli interessi del loro pubblico, creando una sorta di "circolo virtuoso", dove gli annunci che corrispondono alle predilezioni degli utenti portano a risultati migliori per gli inserzionisti, il che significa maggiori entrate pubblicitarie per i *publishers* e per gli sviluppatori. Grazie all'ineguagliabile conoscenza di Facebook delle abitudini, inclinazioni, gusti e così via, dei suoi iscritti, gli annunci hanno il potenziale per essere estremamente convincenti e i loro formati variano notevolmente: ~~i~~*native ads* adattano il loro aspetto ai siti web e ai contenuti delle applicazioni, al fine di essere percepiti come consigli di acquisto non intrusivi, gli *interstitia lads* sono annunci a schermo intero che appaiono all'improvviso sullo schermo, mentre gli annunci video *in streaming*, ovvero video pubblicitari di 15/20 secondi mostrati agli utenti mentre guardano un video, sono tra i formati pubblicitari FAN più redditizi.

I flussi di reddito derivanti dai click (o dalle azioni di conversione, ovvero di acquisto dei prodotti/servizi sponsorizzati) sugli annunci inseriti nel Facebook News Feed, colonna di destra, Instagram e Messenger attraverso Facebook Ads Manager appartengono solo e soltanto a Facebook. Diversamente, Facebook condivide una percentuale del suo profitto pubblicitario con quei *publishers* e sviluppatori che, aderendo a FAN, inseriscono annunci pubblicitari all'interno dei loro siti e

applicazioni *mobile* (questi ultimi concepiti sia attraverso "Facebook for Developers" o adottando qualsiasi altra piattaforma di *app-building*).

La figura 3 cerca di rappresentare in modo semplificato il modello di creazione di valore di Facebook.

Figura 3. Il modello di creazione di valore: uno schema semplificato.



1. La piattaforma di Facebook offre agli utenti iscritti una vasta gamma di funzionalità tecnologiche gratuite.
2. Gli utenti forniscono a Facebook (che prende nota di ogni singolo bit) informazioni di ogni tipo, da quelle più standard a quelle meno intuitive [35].
3. Attraverso Facebook Ads Manager, gli inserzionisti acquistano slot pubblicitari da Facebook, sulla base di un meccanismo d'asta in tempo reale.
4. Gli annunci sono visualizzati sui siti web/applicazioni dei *publishers*/sviluppatori che, essendo registrati a FAN (rete) attraverso FAN (strumento), sono pagati per ospitare annunci alimentati da Facebook.
5. Gli annunci sono visualizzati anche sulla stessa piattaforma Facebook (Facebook News Feed per desktop e/o *mobile*, colonna di destra di Facebook, Instagram e Messenger).

6. Gli spazi pubblicitari possono essere acquistati/offerti sia direttamente tramite Facebook Ads Manager/FAN (strumento) o indirettamente tramite un'agenzia pubblicitaria.
7. Le spese dell'inserzionista e i ricavi del *publisher*/sviluppatore non dipendono dall'acquisto effettivo del prodotto o servizio pubblicizzato, ma dal numero di click dell'utente sugli annunci, ovvero dalla mera "attenzione" che essi manifestano (per caso, errore o interesse reale) per gli annunci.

Rispetto a Uber, Deliveroo e Foodora, Facebook rappresenta una tipologia ideale diversa, in cui la prestazione lavorativa non è immediatamente percepibile come un campo di sforzi fisici e intellettuali. Infatti, il *digital labour* su Facebook è la suddetta attività relazionale, o "lavoro" di riproduzione sociale [36]. Di conseguenza, il capitalismo delle piattaforme è un modo di produzione che determina un processo di accumulazione che si fonda non solo sullo sfruttamento della conoscenza, ma anche dell'insieme delle facoltà umane, da quella relazionale-linguistica a quella affettivo-sensoriale. Per questo motivo, Fumagalli e Morini hanno proposto l'uso del termine capitalismo bio-cognitivo [37,38].

Il processo di produzione da informazioni personali a *big data* è anche una trasformazione delle emozioni personali (in questo senso possiamo definirle come lavoro emotivo-affettivo) in valore attraverso una specifica infrastruttura digitale (Facebook Ads Manager).

3. Il processo di trasformazione e le fonti di valorizzazione nell'economia della piattaforma

La creazione di valore riferito ai dati (o valore di rete) [6,39], attraverso l'elaborazione di dati digitali e linguaggi all'interno di un algoritmo, avviene principalmente in alcuni settori, con diversi tipi di piattaforme.

Secondo la letteratura [8,40,41,42], possiamo identificare sei tipi principali di piattaforme. L'elenco aumenterebbe probabilmente in funzione delle dinamiche del processo di accumulazione e valorizzazione attraverso l'economia digitale, in termini di produzione, vita sociale e politica:

1. *Piattaforme pubblicitarie* (*advertising platforms*) come Google e Facebook, che estraggono informazioni dai propri utenti per rivendere i loro profili sotto forma di spazi pubblicitari.

2. *Piattaforme Cloud* come Amazon Web Services, che creano hardware e software per i mercati dipendenti dal digitale e li affittano ad aziende di ogni tipo, creando monopoli sulla conoscenza.
3. *Piattaforme industriali* come General Electric o Siemens, che costruiscono hardware e software a costi di produzione inferiori, producendo e trasformando i beni in servizi (la così detta Industria 4.0).
4. *Piattaforme di prodotto* come Spotify, che genera profitti affidandosi ad altre piattaforme che trasformano una merce come la musica in un servizio, e guadagnano attraverso la quota di abbonamento pagata agli abbonati al suddetto servizio.
5. *Work platform* come Uber, Airbnb, Deliveroo o Foodora, che organizzano la forza lavoro attraverso un algoritmo e collegano clienti e imprese traendo profitto dalla riduzione del costo del lavoro.
6. *Piattaforme logistiche* come Amazon, che regolano la logistica e il trasferimento delle merci.

Le piattaforme raccolgono i dati per poi elaborarli. Essi sono un input produttivo in un ciclo produttivo immateriale, i cui output (pubblicità, relazioni, induzione al consumo, etc.) producono un valore di scambio ("valore dei dati"), sulla base dell'appropriata tecnologia algoritmica (la stessa piattaforma).

Tuttavia, questo processo è ben lungi dall'essere omogeneo e preciso. Infatti, nella gestione dei *cloud* nella logistica [43] (cioè dei *big data*) c'è confusione, approssimazione ed eterogeneità, anche a causa dell'imperfezione delle tecnologie utilizzate, che vengono continuamente migliorate, anche grazie al coinvolgimento dei fornitori di dati e degli utenti.

Si pensi, ad esempio, al servizio di traduzione offerto da Google; la differenza rispetto ad altri sistemi di traduzione riguarda l'utilizzo di un dataset più ampio e molto caotico. Non si tratta di una traduzione parola per parola, ma di un'analisi di milioni di testi ufficiali che provengono da fonti come le Nazioni Unite e che forniscono grandi quantità di dati:

"Nonostante la confusione degli input, il sistema di Google funziona meglio. Le sue traduzioni sono più accurate di quelle offerte da altri sistemi. Ed è molto, molto più ricco. A metà del 2012, il suo set di dati copriva oltre 60 lingue. È stato persino in grado di accettare l'input vocale in 14 lingue per rendere le traduzioni più fluide. E poiché tratta la lingua semplicemente come una massa caotica di dati a cui applicare il calcolo delle probabilità, può anche tradurre tra due lingue come l'hindi e il catalano".[44] (p. 132)

L'esempio del traduttore di Google è paradigmatico del processo di valorizzazione del capitalismo della piattaforma e della manipolazione dei *big data*. Da un lato, l'algoritmo è in grado di integrare attraverso una data procedura tutte le informazioni e i suggerimenti liberamente forniti dalla cooperazione sociale (*general intellect*) di cui il servizio di traduzione ha bisogno; dall'altro, la crescente accuratezza del servizio è una delle possibili ragioni della *leadership* di Google nello spazio Web [45].
Il meccanismo tradizionale viene poi sostituito da meccanismi più disordinati e flessibili, come il *tagging*, ampiamente utilizzato su Internet. Questo sistema permette di etichettare principalmente foto o video, al fine di rendere tracciabili i numerosi contenuti disponibili in rete, attraverso *tags* creati dagli utenti. La confusione in questo caso può essere dovuta all'errata scrittura dei *tags* e al modo in cui sono organizzati. Tutto questo, però, permette un accesso più ampio ai vari dati con un universo più ricco di etichette.
L'eterogeneità dei dati e le possibili varianti dei *big data* possono essere evidenziati nella seguente tabella 1.

Tabella 1. *Possibili varianti dei big data: tassonomia di Davemport*.

Tipo di dati	**Fonti dei dati**	**Settore**	**Funzione**
Grandi volumi	Online	Servizi finanziari	Marketing
Non strutturati	Video	Salute	Logistica
Flussi continui	Sensori	Manifattura	Risorse Umane
Formati multipli	Genomics	Turismo/Trasporti	Finanza

Fonte: Davemport, 2014 [46].

Questa classificazione, discutibile come qualsiasi tassonomia, evidenzia un settore trasversale che possiamo definire di *business intelligence*. Si tratta di una funzione aziendale che ha lo scopo di estrarre valore dai dati al fine di svolgere diverse finalità produttive. Si riferisce a:

"L'insieme dei processi aziendali per la raccolta dei dati e l'analisi delle informazioni strategiche, la tecnologia utilizzata per implementare tali processi e le informazioni ottenute come risultato di tali processi".[46] (p. 54)

La *business intelligence* è quindi un sistema di modelli, metodi, processi, persone e strumenti che permettono di raccogliere e distribuire regolarmente i dati generati da

un'azienda attraverso elaborazioni, analisi e aggregazioni. Il risultato è che la conoscenza viene trasformata in informazioni utilizzabili in modo semplice, flessibile ed efficace a supporto di decisioni strategiche, tattiche e operative.

Il sistema di *business intelligence* coinvolge:

– La raccolta dei dati aziendali;

– La loro pulizia, validazione e integrazione;

– La successiva elaborazione, aggregazione e analisi dei dati;

– L'uso fondamentale di questa quantità di informazioni nei processi strategici e di miglioramento.

In questo modo è possibile strutturare un vero e proprio ciclo di vita della valorizzazione del sistema dei *big data*, che può essere descritto sulla base di una successione di operazioni che iniziano con la "cattura/appropriazione dei dati", la loro "organizzazione", "integrazione", "analisi" e "messa in azione".

Nella stragrande maggioranza dei casi, soprattutto per quanto riguarda i dati non strutturati (circa l'80% del totale), questi dati vengono creati come valori d'uso, prodotti e socializzati dagli utenti/consumatori nello svolgimento delle attività quotidiane di cooperazione e relazione. Non a caso si parla di cattura o meglio di espropriazione più o meno forzata o volontaria.

Questo ciclo di vita descrive, in poche parole, il processo di valorizzazione dei *big data*. Vale la pena soffermarsi sulle due operazioni di "organizzazione" e di "integrazione". Sono due operazioni che solo negli ultimi anni hanno raggiunto un certo grado di sofisticazione, grazie all'evoluzione tecnologica degli algoritmi di seconda generazione. L'organizzazione e l'integrazione dei dati è alla base della produzione di valore (ciò che è stato chiamato *data value* o *network value*). È l'aspetto produttivo del valore di scambio, mentre "l'analisi" e "la messa in azione" ne rappresentano la commercializzazione: cioè la realizzazione monetaria sui mercati finali.

Il "capitalismo delle piattaforme" comincia ad essere strutturato. Ci riferiamo alla capacità delle aziende di definire una nuova composizione del capitale in grado di gestire in modo sempre più automatizzato un processo di divisione dei dati in base all'uso commerciale che ne può derivare. Si basa sulla partecipazione, più o meno consapevole, di singoli utenti, ora trasformati in *prosumer*. Sono infatti gli utenti, interagendo con le piattaforme, attraverso le quali comunicano e si relazionano in varie forme, che forniscono la materia prima che viene poi inglobata nell'organizzazione capitalistica produttiva [47]. Il *machine learning* è diventato oggi

lo strumento principale per la capacità del capitale di sussumere e catturare la cooperazione sociale, trasformando profondamente il tradizionale modo di produzione capitalista. Per questo motivo, alcuni studiosi hanno proposto di utilizzare l'espressione "comunismo del capitale" [48,49]. Il termine "comunismo del capitale" è stato originariamente proposto da Paolo Virno per caratterizzare il periodo post-fordista in cui il capitale si riorganizzava, mobilitando "a proprio beneficio precisamente quelle condizioni materiali e culturali che assicurerebbero un pacato realismo alla prospettiva comunista" [50] (p. 110).

Gli algoritmi sono alla base del *machine learning*. Per algoritmo si intende una procedura di calcolo, un metodo per risolvere un problema o una sequenza di istruzioni che dice al computer cosa fare.

Per comprendere la potenza del *machine learning*, possiamo ricorrere ad un'analogia riportata da Pedro Domingos, in cui questo tipo di tecnologia viene confrontato con l'agricoltura: gli algoritmi di apprendimento sono i semi, i dati sono il terreno e i programmi appresi sono le piante adulte [3]. L'esperto di *machine learning* è l'agricoltore che pianta i semi, irriga e fertilizza il terreno senza ulteriori interferenze. Grazie a questa metafora emergono due aspetti:

1. Il primo è legato alla grande quantità di dati, perché più ne abbiamo, più possiamo imparare. La diffusione del *machine learning* è strettamente legata alla comparsa dei *big data*.
2. Il secondo aspetto mostra invece come una montagna di dati disponibili possa ridurre la complessità che caratterizza questi processi. Con il *machine learning*, il processo subisce una forte accelerazione.

"La rivoluzione industriale ha automatizzato il lavoro manuale, e la rivoluzione dell'informazione ha fatto lo stesso con il lavoro intellettuale. Il *machine learning*, invece, automatizza l'automazione stessa: se non ci fosse, i programmatori diventerebbero dei colli di bottiglia che frenano il progresso" [3] (p. 14).

Gli algoritmi ci aiutano a navigare nella vastità dei dati sul Web, ma soprattutto sono in grado di influenzare le nostre decisioni e il nostro contesto culturale. Svolgono questa funzione proprio gli algoritmi delle piattaforme di *social networking*; ogni volta che li usiamo, lasciamo informazioni che vengono registrate, elaborate e utilizzate da altri utenti. Si tratta di una raccolta di informazioni individuali destinate successivamente alla comunità. Quando gli algoritmi suggeriscono ciò che ci piace e ci aiutano nelle nostre relazioni, cominciano a plasmare la nostra identità e a influenzare le nostre scelte. Nella società dell'informazione il problema principale sta

nella quantità o, meglio, nella scelta illimitata che i *big data* creano: tra la molteplicità dei prodotti da scegliere o delle opportunità da cogliere, quale potrebbe essere il più adatto a noi? Algoritmi e *machine learning* offrono una soluzione. Nelle aziende, le operazioni da svolgere aumentano nel tempo, così come il numero di clienti può aumentare significativamente. Di conseguenza, il *machine learning* diventa fondamentale:

> "Amazon non può codificare adeguatamente i gusti di tutti i suoi clienti in un programma, e Facebook non è in grado di scrivere un programma che sceglie gli aggiornamenti migliori da mostrare a ciascuno dei suoi utenti. Walmart, il gigante della distribuzione, vende milioni di prodotti e deve prendere miliardi di decisioni al giorno: se i suoi programmatori provassero a scrivere un programma dedicato, non finirebbero mai. La soluzione adottata da queste aziende, invece, è quella di scatenare gli algoritmi di apprendimento sulle montagne di dati che si sono accumulati e far loro indovinare cosa vogliono i clienti".[3] (p. 17)

Gli algoritmi non sono perfetti ma, fornendo i loro risultati, influenzano gli utenti e le loro decisioni. Sono gli intermediari tra dati e consumatori e concentrano la potenza e il controllo come moderne catene di montaggio.

4. **Digital Labour o Digital Work?**

Il caso Facebook che abbiamo presentato nella sezione precedente è un buon esempio di piattaforma pubblicitaria (*advertising platform*). Allo stesso tempo, il modello di creazione di valore di Facebook sembra trasformare la natura stessa del business. Inoltre, lo straordinario volume di *big data* rappresenta il risultato di un complesso processo di produzione che suggerisce di ripensare la distinzione cruciale tra *labour* e *work*. Nell'ultimo decennio, infatti, uomini d'affari, scienziati sociali e politici hanno introdotto la nozione di "*digital labour*" per intendere due diverse situazioni innovative nel mercato del lavoro:

Il *digital labour* è stato utilizzato per descrivere la forza lavoro di lavoratori indipendenti che lavorano per conto proprio e a proprio rischio e pericolo in cambio di bassi salari e senza sicurezza sociale, come nel caso di molti modelli di business basati su piattaforme come Uber, Foodora o altre *work platforms* e piattaforme logistiche.

Per *digital labour* si intende anche l'attività umana utilizzata da altri modelli di business basati su piattaforme come Facebook o Google che si basano su una nuova composizione del capitale in grado di catturare le informazioni personali e trasformarle in *big data*.

Nel primo senso, i termini si riferiscono ad una forma classica di lavoro salariato caratterizzata da una profonda riduzione dei diritti dei lavoratori attraverso le

tecnologie digitali. Di conseguenza, in questo caso, suggeriamo di abbandonare la nozione di *digital labour* e di utilizzare la nozione di *digital work*.

Nel secondo senso, i termini implicano fonti innovative di valorizzazione. Il *digital labour,* in senso proprio, introduce nuove forme di sfruttamento che vanno oltre il classico rapporto salariale.

La scomparsa di una chiara distinzione tra tempo di vita e tempo di lavoro è uno dei tratti distintivi del *digital labour* e spiega perché questo concetto sia diventato cruciale nelle discussioni nell'ambito dell'economia politica di Internet [51,52], della sociologia del lavoro [53,54,55,56], degli studi Marxiani e soprattutto dell'ipotesi del capitalismo (bio)cognitivo [57,58,59,60,61].

Come scrivono Christian Fuchs e Sebastian Sevignani:

"L'argomento di base di questo dibattito è che il modello dominante di accumulazione di capitale delle piattaforme Internet aziendali contemporanee si basa sullo sfruttamento del lavoro non retribuito degli utenti, che si impegnano nella creazione di contenuti e nell'uso di blog, siti di *social networking*, wiki, micro blog, siti di condivisione di contenuti per divertimento e in queste attività creano valore che è al centro della generazione di profitto".[9] (p. 237)

Per quanto riguarda il *digital labour* e il *digital work*, il nostro punto di vista si differenzia dall'analisi di Fuchs e Sevignani. Combinando il pensiero di Marx con la riflessione filosofica di Hegel riguardo la natura del lavoro, questi studiosi sostengono che la creatività, l'autoregolamentazione e la dimensione sociale del lavoro sono considerati e riconosciuti specialmente nella società digitale. Riconoscono che il *digital labour* viene sfruttato, anche se lo sfruttamento non viene percepito correttamente e consapevolmente perché il *digital labour* è concepito come lavoro ludico. Di conseguenza, nasconde la realtà dello sfruttamento dietro il divertimento di connettersi e incontrare altri utenti. Tuttavia, Fuchs e Sevignani tendono a prendere troppo alla leggera la rilevanza della nuova composizione del capitale in grado di catturare informazioni personali e trasformarle in *big data*. Affermano invece che Facebook è un regno di attività cognitive, comunicative e cooperative che sono lavoro nel senso di *work*. Per giustificare la loro tesi, Fuchs e Sevignani scrivono che:

"secondo Marx, per parlare di lavoro (*work*), deve esserci un'interazione della forza lavoro con oggetti e strumenti di lavoro, in modo che i valori d'uso siano creati come prodotti" (ivi, p. 255).

Tuttavia, è difficile considerare gli utenti di Facebook come lavoratori sfruttati. Facebook non organizza direttamente la cooperazione sociale degli utenti e non li concepisce come parte di una classe operaia, cioè di persone che devono lavorare per ottenere denaro. Come abbiamo sostenuto nei paragrafi precedenti, la cooperazione è

organizzata al di là del luogo di lavoro ed è sempre più indipendente dal controllo diretto di Facebook. L'azienda lanciata da Mark Zuckerberg acquisisce informazioni personali. Come chiaramente dimostrato da Tiziana Terranova, Facebook può essere concepito come un prodotto del "lavoro gratuito" (*free labour*) [62] in cui i *prosumers* producono e utilizzano il sito di *social networking* per comunicare e sviluppare le proprie reti sociali, e allo stesso tempo contribuiscono alla creazione del prodotto principale di Facebook: i dati degli utenti e l'attenzione del pubblico.

La grande industria dei dati crea valore sulla base di un processo produttivo di cui la materia prima è la vita degli individui. Questa "materia prima" è in gran parte fornita gratuitamente.

Il "segreto" dell'accumulazione sta nella trasformazione delle informazioni personali in valore di scambio. In altre parole, sta nella trasformazione del lavoro concreto, che è alla base delle attività quotidiane degli utenti che generano dati attraverso relazioni sociali e bisogni di informazione, in lavoro astratto.

Secondo Marx [63] (Volume 1, Sezione 1.2), il lavoro concreto, qualitativamente definito, è finalizzato a produrre valore d'uso; il lavoro astratto, invece, è la pura manifestazione della forza lavoro umana (*Arbeitsvermögen*) [64] (pp. 81-125.), che è indipendente dagli aspetti qualitativi e dalle determinazioni specifiche riferite all'utilità delle singole opere e la cui quantità determina il valore creato. Nell'industria digitale, il lavoro astratto è l'organizzazione e l'integrazione dei dati.

In cosa consiste il processo di trasformazione delle informazioni personali in *big data*?

Nella prima fase si realizza un processo di accumulazione originaria come estensione della base produttiva per incorporare la vita, che però non è salariata o remunerata; nella maggior parte dei casi si tratta di una partecipazione passiva e non agita dal "soggetto".

Nella seconda fase, subentra l'utilizzo di una forza lavoro organizzata (e retribuita), che procede all'attività di trasformazione. Qui diventa cruciale il modello di organizzazione del lavoro che viene implementato dall'algoritmo.

In altre parole, possiamo dire che la produzione digitale e il capitalismo delle piattaforme mostrano il "duplice carattere del capitalismo" [63] (Volume 1, Sezione 1.2).

Secondo Marx, quando il lavoro concreto è dominante, ci troviamo di fronte a un "processo lavorativo" in grado di soddisfare i bisogni e i sogni umani. Questo lavoro è definito da Marx come "necessario" ed è il naturale funzionamento intrinseco della vita umana.

Al contrario, quando il lavoro astratto è dominante, come avviene nel sistema capitalistico di produzione, il processo di lavoro dà origine ad un processo di valorizzazione e il lavoro necessario diventa lavoro in eccedenza.

L'attività digitale inizia normalmente come lavoro concreto e diventa lavoro astratto. Questo è il ruolo giocato dal capitalismo delle piattaforme.

Il sistema capitalistico di produzione è caratterizzato da una continua evoluzione dell'organizzazione del lavoro. Nel momento in cui il lavoro salariato si riduce, l'ozio e il tempo libero sono valorizzati. Tuttavia, lungi dal favorire la trasformazione del lavoro in *opus* e/o in *otium*, accade il contrario. Sono sempre più le capacità cognitive, artistiche e umane che sono mercificate, salariate e gerarchizzate. Lungi dall'entrare nell'era della "fine del lavoro", siamo in presenza di un'era del "lavoro senza fine".

Come si misura il tempo di vita quando diventa produttivo? Finché la prestazione di lavoro era direttamente correlata alla dimensione materiale, è stata misurata in termini di tasso di produttività, stimato sia in termini di unità di tempo (quante ore sono necessarie per produrre una certa quantità di output?) o in termini di quantità ottenute (quante unità di output sono prodotte in un dato intervallo di tempo?). Nel suo ultimo libro, Trebor Scholz affronta gli stessi problemi:

"La nostra identità online, così solertemente realizzata, ha un curioso aldilà in *data centers* lontani dove le soggettività e i dati sono trasformati in valore monetario. Senza essere riconosciuti come lavoro, la nostra posizione, le nostre espressioni e il tempo trascorso in rete possono essere trasformati in valore economico. Il monitoraggio e la monetizzazione degli utenti sono spesso giustificati dai significativi costi operativi dei gestori delle piattaforme. Non è chiaro, tuttavia, cosa viene registrato esattamente, come viene misurato il suo valore, a chi viene venduto e per quale scopo".[10] (p. 69)

Considerando il modello di creazione del valore di Facebook, possiamo proporre un esempio paradigmatico; il valore si basa essenzialmente su un processo di espropriazione delle capacità vitali (*life skills*) degli individui (o da ciò che possiamo definire, in senso lato, *general intellect* [65] e riproduzione sociale [35]) a fini di accumulazione privata. Il processo di creazione di valore non si limita più al singolo giorno lavorativo, ma si estende a tutta l'esistenza umana, cioè la vita che è necessaria per generare, ancora una volta, forza fisica, ma anche affetti, relazioni sociali e immaginari, e quindi *sapere sociale*. Il capitalismo delle piattaforme si propone di fornire una misura imponendo logiche di business su tutti gli aspetti della vita umana mediante l'utilizzo di diverse infrastrutture.

La nostra analisi sembra allora confermare alcune ipotesi avanzate dal cosiddetto approccio neo-operaista. Può essere riassunta nel modo seguente:

"Il processo, descritto come il 'divenire rendita del profitto' (Marazzi, 2010 [66]; Vercellone, 2010 [67]) diventa qui evidente: Facebook non raccoglie un profitto semplicemente organizzando il lavoro retribuito dei suoi relativamente pochi dipendenti (come suggerirebbe la teoria del processo lavorativo), ma estrae una rendita dai beni comuni prodotti dal lavoro gratuito dei suoi utenti".[68] (p. 2).

5. Conclusioni preliminari

Il modello di creazione di valore utilizzato da Facebook (Sezione 2.2.2) è un tipico esempio di capitalismo delle piattaforme che può essere visto come una forma specifica di capitalismo in cui la posta centrale dell'estrazione e dell'accumulazione di valore porta ad un controllo e ad una privatizzazione sempre maggiore della produzione collettiva di conoscenza [69]. La diffusione dei processi digitalizzati sta portando il capitalismo contemporaneo verso nuove frontiere. Come abbiamo sostenuto in precedenza (Sezione 4), le attività umane sulle piattaforme Internet sono sempre più integrate con gli elementi digitali della comunicazione e del linguaggio; il risultato porta ad una nuova forma di relazione tra lavoro concreto e lavoro astratto, utilizzando la terminologia marxiana (Sezione 3). Proponiamo quindi di definire il *digital labour* come l'insieme delle attività umane realizzate al di fuori dell'orario di lavoro, catturate da modelli di business basati su piattaforme e trasformate in valore sotto forma di *big data*.

Le ricerche future dovrebbero approfondire l'evoluzione antropologica che sta influenzando sia le nozioni di lavoro che di svago; ad esempio, l'intera economia dei *social media* dei "Like" è progettata sulla base delle emozioni (l'esperimento di contagio emotivo condotto da Facebook è un esempio di quanto questi tentativi siano in grado di influenzare la nostra vita [70]).

Il capitalismo delle piattaforme (e in particolare il modello di Facebook) rappresenta la frontiera del domani. Il nuovo paradigma tecnologico basato sul lavoro digitale può cambiare profondamente il nostro modo di intendere le relazioni sociali, economiche e politiche. Qui si pone il problema della sostenibilità antropologica.

Riferimenti bibliografici

1. All about the Human Genome Project (HGP). Available online:https://www.genome.gov/10001772/all-about-the–human-genome-project-hgp/ (accessed on 1 March 2018).
2. Boyer, R.*The Future of Economic Growth*; Eward Elgar: Cheltenham, UK, 2004; p. 136. [Google Scholar]
3. Domingos, P.*The Master Algorithm: How the Quest for the Ultimate Learning Machine Will Remake Our World*; Basic Books: New York, NY, USA, 2015. [Google Scholar]
4. McKynsey Global Institute, Big Data: The Next Frontier for Innovation, Competition and Productivity. May 2011. Available online:https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation (accessed on 16 May 2018).
5. Kenney, M.; Zysman, J. The Rise of the Platform Economy.*Issues Sci. Technol.* **2016**, *32*, 61. Available online: http://issues.org/32-3/the-rise-of-the-platform-economy/ (accessed on 16 May 2018). [Google Scholar]
6. Fumagalli, A. Per una teoria del valore-rete: Big data e processi di sussunzione. In *Società, Cultura e Conflitti al Tempo dei Big Data*; Gambetta, D., Ed.; D Editore: Roma, Italy, 2018. [Google Scholar]
7. Gandomi, A.; Haider, M. Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *J. Inf. Manag.***2015**, *35*, 137–144. [Google Scholar] [CrossRef]
8. Srnicek, N.*Platform Capitalism*; Polity Press: Cambridge, UK, 2017. [Google Scholar]
9. Fuchs, C.; Sevignani, S. What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?*tripleC* **2013**, *11*, 237–293. [Google Scholar] [CrossRef]
10. Scholz, T.*Uberworked and Underpaid. How Workers are Disrupting the Digital Economy*; Polity Press: Cambridge, UK, 2017. [Google Scholar]
11. Available online:https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/ (accessed on 1 March 2018).
12. Facebook Annual Report (2016). Available online:http://www.annualreports.com/Company/facebook(accessed on 1 March 2018).
13. Statcounter, GlobalStats. Available online:http://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile-tablet/worldwide (accessed on 1 March 2018).
14. Boyd, D.; Ellison, N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Comput. Med. Commun.* **2008**, *13*, 210–230. [Google Scholar] [CrossRef]
15. Gebika, A.; Heinemann, A. Social Media & Competition Law.*World Compet.* **2014**, *37*, 149–172. [Google Scholar]
16. Phillips, S. A Brief History of Facebook.*The Guardian*, 25 July 2017. Available online: https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
17. Available online:https://www.techwyse.com/blog/infographics/65-facebook-acquisitions-the-complete-list-infographic/ (accessed on 1 March 2018).
18. Facebook Partner Categories. Available online:https://www.facebook.com/business/a/facebook-partner-categories (accessed on 1 March 2018).
19. Marshall, J. Facebook Extends Reach with New Advertising Platform.*The Wall Street Journal*, 22 September 2014. Available online: https://www.wsj.com/articles/facebook-extends-reach-withad-platform-1411428726/(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
20. Available online:https://atlassolutions.com/2016/03/07/value-with-atlas/ (accessed on 1 March 2018).

21. Meola, A. Facebook Is Shutting down Facebook Exchange.*Business Insider*, 26 May 2016. Available online: http://www.businessinsider.com/facebook-is-shutting-down-acebookexchange-2016-5?IR=T(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
22. Shields, M. Facebook Plans to Shut Down Video Ad Exchange Product LiveRail.*The Wall Street Journal*, 26 May 2016. Available online: https://www.wsj.com/articles/facebook-plans-to-shut-downvideo-ad-exchange-product-liverail-1464303877(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
23. Peterson, T. How Facebook Turned an End-to-End Ad Tech Strategy on Its Head.*Marketing Land*, 17 June 2016. Available online: https://marketingland.com/facebook-turned-end-end-ad-tech-strategy-head-181395(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
24. Available online:https://info.internet.org/en/ (accessed on 1 March 2018).
25. Open Letter to Mark Zuckerberg Regarding Internet.org, Net Neutrality, Privacy, and Security. 2015. Available online:https://www.facebook.com/notes/access-now/open-letter-to-mark-zuckerberg-regarding-internetorg-net-neutrality-privacy-and-/935857379791271/ (accessed on 1 March 2018).
26. Available online:https://www.emarketer.com/Article/Social-Media-Marketers-Facebook-Produces-Best-ROI/1013918 (accessed on 1 March 2018).
27. Available online:http://fortune.com/company/pgpef/ (accessed on 1 March 2018).
28. Available online:https://www.zenithmedia.com/google-facebook-now-control-20-global-adspend/(accessed on 1 March 2018).
29. Business Facebook. Available online:https://business.facebook.com/ (accessed on 1 March 2018).
30. Facebook for Developers. Available online:https://developers.facebook.com/?locale=en_UK (accessed on 1 March 2018).
31. Chaykowski, K. Facebook Extends Its Ad Network To Mobile Websites.*Forbes*, 20 January 2016. Available online: https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2016/01/26/facebook-extends-its-ad-network-to-the-mobile-web/#1fe829b7132e(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
32. Slefo, G. Facebook to Serve Ads to Non-Users through Its Audience Network.*Advertising Age*, 27 May 2016. Available online: http://adage.com/article/digital/facebook-serve-ads-users-audience-network/304195/(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
33. Facebook Business. Available online:https://en-gb.facebook.com/business (accessed on 1 March 2018).
34. Audience Network by Facebook. Available online: https://www.facebook.com/audiencenetwork (accessed on 1 March 2018).
35. Dewey, C. 98 Personal Data Points that Facebook Uses to Target Ads to You.*The Washington Post*, 19 August 2016. Available online: https://www.washingtonpost.com/news/ theintersect/wp/2016/08/19/98-personal-data-points-that-facebook-uses-to-target-ads-toyou/?utm_term=.038a29370111(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
36. Morini, C. Social Reproduction as a Paradigm of the Common. Reproduction Antagonism, Production Crisis. In*Post-Crisis Perspectives*; Augustin, O., Ydesen, C., Eds.; Peter Lang: Frankfurt, Germany; New York, NY, USA, 2013; pp. 83–98. [Google Scholar]
37. Fumagalli, A.;Morini, C. Life put to work: Towards a life theory of value. *TheoryPolit. Organ.* **2010**, *10*, 234–252. [Google Scholar]
38. Codeluppi, V.*Il Biocapitalismo. Verso lo Sfruttamento Integrale di Corpi, Cervelli ed Emozioni*; Bollati Boringhieri: Torino, Italy, 2008. [Google Scholar]
39. Pasquinelli, M. Italian Operaismo and the Information Machine.*Theory Cult. Soc.* **2015**, *32*, 49–68. [Google Scholar] [CrossRef]

40. Smith, A. Gig Work, Online Selling and Home Sharing. Pew Research Center, 17 November 2016. Available online:http://www.pewinternet.org/2016/11/17/gig-work-online-selling-and-home-sharing/ (accessed on 1 March 2018).
41. Vecchi, B.*Il Capitalismo delle Piattaforme*; Manifestolibri: Roma, Italy, 2017. [Google Scholar]
42. Tarleton, G. The Platform Metaphor, Revisited. Alexander Von Humboldt Institutfür Internet und Gesellschaft, 24 August 2017. Available online:http://culturedigitally.org/2017/08/platform-metaphor/ (accessed on 1 March 2018).
43. Mosco, V.*To the Cloud: Big Data in a Turbulent World*; Paradigm Publishers: Boulder, CO, USA, 2014. [Google Scholar]
44. Mayer Schoenberger, V.; Cukier, K.*Big Data: A Revolution that Will Transform How We Live, Work, and Think*; Eamon Dolan Book: Boston, NY, USA, 2013. [Google Scholar]
45. Carr, N.*The Big Switch: Rewiring the World, from Edison to Google*; W.W. Norton & Company: New York, NY, USA, 2008. [Google Scholar]
46. Davemport, T.H.*Big Data at Work: Dispelling the Myths, Uncovering the Opportunities*; Harward Business Review Press: Boston, NY, USA, 2014. [Google Scholar]
47. Booth, A. Marx's Capital: Chapter 15—The Machine. Available online:https://www.socialist. net/marx-s-capital-chapters-15-the-machine.htm (accessed on 20 April 2018).
48. Beyerungen, A.; Murtola, A.M.; Schwartz, G. The communism of capital. *TheoryPolit. Organ.* **2013**, *13*, 483–495. [Google Scholar]
49. Marazzi, C.*Il Comunismo del Capitale. Biocapitalismo, Finanziarizzazione Dell'Economia e Appropriazioni del Comune*; Ombre Corte: Verona, Italy, 2010. [Google Scholar]
50. Virno, P.*A Grammar of the Multitude: For an Analysis of Contemporary Forms of Life*; Semiotext(e): New York, NY, USA, 2004. [Google Scholar]
51. Burston, J.; Dyer-Witheford, N.; Hearn, A. Digital Labour: Workers, Authors, Citizens. *TheoryPolit. Organ.* **2010**, *10*, 214–221. [Google Scholar]
52. Scholz, T. (Ed.)*Digital Labour. The Internet as Playground and Factory*; Routledge: New York, NY, USA, 2012. [Google Scholar]
53. Huws, U.*Labor in the Global Digital Economy: The Cybertariat Comes of Age*; Monthly Review Press: New York, NY, USA, 2104. [Google Scholar]
54. Huws, U. New forms of platform employment. In*The Digital Economy and the Single Market*; Wobbe, W., Bova, E., Dragomirescu-Gaina, C., Eds.; Foundation for European Progressive Studies: Brussels, Belgium, 2014; pp. 65–82. [Google Scholar]
55. Cardon, D.; Casilli, A. Qu'est-ce que le Digital Labor?*INAGLOBAL*, 7 September 2015. Available online: https://www.inaglobal.fr/numerique/article/quest-ce-que-le-digital-labor-8475#sommaire(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
56. Arvidsson, A.; Colleoni, E. Value in Informational Capitalism on the Internet. *Soc.* **2012**, *28*, 135–150. [Google Scholar] [CrossRef]
57. Fumagalli, A.*Bioeconomia e Capitalismo Cognitivo. Verso un Nuovo Paradigma di Accumulazione*; Carocci: Roma, Italy, 2007. [Google Scholar]
58. Fumagalli, A. Twenty Theses on Contemporary Capitalism (Cognitive Biocapitalism).*Angelaki* **2011**, *6*, 7–17. [Google Scholar] [CrossRef]
59. Fumagalli, A.; Lucarelli, S. Valorization and financialization in cognitive biocapitalism. *Manag. Financ. Innov.* **2011**, *8*, 88–103. [Google Scholar]
60. Moulier-Boutang, Y.*Le Capitalisme Cognitif: La Nouvelle Grande Transformation*; Editions Amsterdam: Paris, France, 2008; (English Translation. *Cognitive Capitalism*; Translated by Emery, E.; Polity Press: New York, NY, USA, 2011). [Google Scholar]
61. Vercellone, C. (Ed.)*Capitalismo cognitivo. Conoscenza e finanza nell'epoca postfordista*; Manifestolibri: Roma, Italia, 2006. [Google Scholar]

62. Cardon, D.; Casilli, A. Qu'est-ce que le Digital Labor?*INAGLOBAL*, 7 September 2015. Available online: https://www.inaglobal.fr/numerique/article/quest-ce-que-le-digital-labor-8475#sommaire(accessed on 1 March 2018). [Google Scholar]
63. Arvidsson, A.; Colleoni, E. Value in Informational Capitalism on the Internet. *Soc.* **2012**, *28*, 135–150. [Google Scholar] [CrossRef]
64. Fumagalli, A.*Bioeconomia e Capitalismo Cognitivo. Verso un Nuovo Paradigma di Accumulazione*; Carocci: Roma, Italy, 2007. [Google Scholar]
65. Fumagalli, A. Twenty Theses on Contemporary Capitalism (Cognitive Biocapitalism).*Angelaki* **2011**, *6*, 7–17. [Google Scholar] [CrossRef]
66. Fumagalli, A.; Lucarelli, S. Valorization and financialization in cognitive biocapitalism. *Manag. Financ. Innov.* **2011**, *8*, 88–103. [Google Scholar]
67. Moulier-Boutang, Y.*Le Capitalisme Cognitif: La Nouvelle Grande Transformation*; Editions Amsterdam: Paris, France, 2008; (English Translation. *Cognitive Capitalism*; Translated by Emery, E.; Polity Press: New York, NY, USA, 2011). [Google Scholar]
68. Vercellone, C. (Ed.)*Capitalismo cognitivo. Conoscenza e finanza nell'epoca postfordista*; Manifestolibri: Roma, Italia, 2006. [Google Scholar]
69. Terranova, T.*Network Culture: Politics for the Information Age*; Pluto Press: London, UK, 2004. [Google Scholar]
70. Marx, K.*Capital*; Penguin Book: London, UK, 2004; Volume 1. [Google Scholar]
71. Ciccarelli, R.*Forza Lavoro*; DeriveApprodi: Roma, Italy, 2018. [Google Scholar]
72. Vercellone, C. From Formal Subsumption to General Intellect: Elements for a Marxist Reading of the Thesis of Cognitive Capitalism. *Mater.* **2007**, *15*, 13–36. [Google Scholar] [CrossRef][Green Version]
73. Marazzi, C.*The Violence of Capital*; Semiotext(e): New York, NY, USA, 2010. [Google Scholar]
74. Vercellone, C. The Crisis of the Law of Value and the Becoming-Rent of Profit. In*Crisis in the Global Economy: Financial Markets, Social Struggles and New Political Scenarios*; Fumagalli, A., Mezzadra, S., Eds.; Semiotext(e): New York, NY, USA, 2010; pp. 85–118. [Google Scholar]
75. Böhm, S.; Land, C.; Beverungen, A. The Value of Marx: Free Labour, Rent and 'Primitive' Accumulation in Facebook. Working Paper Series; University of Essex, May 2012. Available online:https://www.researchgate.net/publication/239735772 (accessed on 17 May 2018).
76. Vercellone, C.; Monnier, J.-M.; Lucarelli, S.; Griziotti, G. Theoretical Framework on Future Knwoledge-Based Economy. D3.1 of D-Cent European Project. 2014. Available online:https://dcentproject.eu/wp-content/uploads/2014/04/D3.1-final_new.pdf (accessed on 1 March 2018).
77. Sampson, T. Various joyful encounters with the dystopias of affective capitalism. *TheoryPolit. Organ.* **2016**, *16*, 51–74. [Google Scholar]

Roberto Ciccarelli

Per la critica dell'ideologia californiana[49]

Nel 1995 Richard Barbrook e Andy Cameron hanno definito l'*ideologia californiana*[50] in termini simili all'"ideologia tedesca" scritta nel 1846 da Friedrich Engels e Karl Marx. Questo testo, e la sua relazione con l'opera dei filosofi tedeschi, è un contributo alla genealogia del potere contemporaneo e della sua critica perché offre un'indicazione importante sul metodo di analisi e la concezione della critica filosofica e politica all'economia capitalistica digitale. Nei venticinque anni successivi alla sua diffusione, la critica dell'ideologia californiana è diventata una parte della storia sociale, politica ed economica più ampia dove la concezione neoliberista del mercato, della tecnologia e della vita ha incontrato quella populista, la sua concezione del mondo e della politica.

1. Che cos'è l'ideologia californiana

L'ideologia californiana non è la falsa coscienza dei liberisti psicopatici che l'hanno ispirata, o un idioletto ideologico strampalato per il suo singolare estremismo, ma è uno strumento di organizzazione della vita sociale, economica e mentale.

È "un'eterogenea ortodossia dell'età dell'informazione, una miscela di cibernetica, economia liberista e contro-cultura libertaria. È emersa da una bizzarra fusione della cultura bohemienne di San Francisco con le industrie di alta tecnologia della Silicon Valley. Promossa da riviste (Wired e Mondo 2000), dai libri di scrittori quali Stewart Brand e Kevin Kelly, da programmi televisivi, da siti Web e da conferenze in rete, la nuova ideologia combina il libero spirito degli hippies con lo zelo imprenditoriale degli yuppies. Questa amalgama di opposti è stato ottenuto per mezzo di una profonda fede nel potenziale emancipatorio delle nuove tecnologie dell'informazione. Nell'utopia digitale ognuno potrà essere ricco e felice. Questa visione ottimistica del futuro è stata entusiasticamente abbracciata, attraverso tutti gli Stati Uniti, da

[49] Rielaborazione del testo per il seminario di Effimera "*L'enigma del valore.* Il *digital labour e la nuova rivoluzione tecnologica*, Casa delle culture, Milano 1 giugno 2019.

[50] Il testo è diffuso in rete anche in lingua italiana. Rimando all'edizione originale a questo indirizzo web: http://www.imaginaryfutures.net/2007/04/17/the-californian-ideology-2/

secchioni esperti di computer, studenti scansafatiche, capitalisti innovativi, attivisti sociali, accademici di tendenza, burocrati futuristi e politici opportunisti".

L'ideologia californiana è un'"amalgama di opposti" che coniuga una contro-cultura informatica e un individualismo proprietario, utopia progressista di uno sviluppo tecnologico e l'odio per la democrazia considerata "un'eresia pericolosa che interferisce con la libertà, naturale ed efficiente, del libero mercato". Il concetto di "amalgama di opposti" allude a una trasformazione dei rapporti tradizionali tra stato e mercato, tra mercato e società. Da Weber a Polanyi siamo stati abituati a pensare che questi concetti seguano una razionalità diversa e spesso contrapposta. In più, sappiamo che una democrazia nel capitalismo moderno è nata per governare, limitare e regolare il mercato. Su questa base si argomenta una cronologia di epoche diverse dove si susseguono regimi politici in cui il "mercato autoregolato" prevale sulle istituzioni pubbliche (oggi, come nel XIX secolo) e altre epoche dove lo Stato impone un governo al mercato tramite un patto sociale e produttivo (il fordismo-keynesismo tra il 1945 e il 1973, ad esempio).

Barbrook e Cameron hanno registrato una trasformazione *neoliberale* del capitalismo. Questo significa che i confini tra stato e mercato sono sfumati e che la razionalità di mercato è prevalente. E significa anche che la dicotomia tra "lavoro" inteso come strumento di produzione e "scambio" inteso come realizzazione del consumo, tipica del fordismo, è superata. L'ideologia californiana allude a un nuovo assetto del capitalismo dove anche lo scambio è un atto produttivo come il lavoro. Così come è produttivo il linguaggio, il corpo, l'esposizione della vita sulle piattaforme digitali. Tale trasformazione è stata variamente analizzata e denominata nel corso del tempo come: postfordismo[51], bioeconomia[52], capitalismo cognitivo[53], neurocapitalismo[54], capitalismo delle piattaforme digitali[55].

In questa vicenda va evidenziato il ruolo della destra libertariana americana nella definizione dell'ideologia californiana. Il libertarianesimo è

[51] A.Zanini-U. Fadini, *Lessico postfordista. Dizionario di idee della mutazione*, Feltrinelli, Milano 2001.
[52] A. Fumagalli, *Bioeconomia e capitalismo cognitivo. Verso un nuovo paradigma di accumulazione*, Carocci, Roma 2007.
[53] C. Vercellone, a cura di, *Capitalismo cognitivo,* Manifestolibri, Roma 2006. Cfr. M. Hardt-A.Negri, *Impero. Il nuovo ordine della globalizzazione*, Rizzoli, Milano 2003.
[54] G. Griziotti, *Neurocapitalismo. Mediazioni tecnologiche e linee di fuga*, Mimesis, Milano 2018.
[55] N. Srnicek, *Capitalismo digitale, Google, Facebook, Amazon e la nuova economia del web*, Luiss University Press, Roma 2017. Per un'analisi complessiva, cfr. la ricerca *Decode: data driven disruptive commons-based models,* a cura di C. Vercellone *et alii*, Cnrs, Parigi 2019.

"una dottrina economica, filosofica e politica che sostiene la possibilità di una società capitalista dove lo stato sarebbe inesistente (anarco-capitalismo), ridotto a una forma minimale, talvolta indicata come Stato "carabiniere" (tutela dell'ordine pubblico) e a funzioni estremamente limitate (minarchismo)". È una "variante estremista del liberalismo" e porta alle estreme conseguenze "l'idea di una libertà concepita come assenza di restrizione rispetto all'esercizio del diritto di proprietà di ciascun individuo su se stesso e sugli oggetti che ha legittimamente acquisito". Il lavoro di Barbrook e Cameron "ha il merito di indicare la matrice libertariana di una certa controcultura californiana, la quale ha alimentato le aspirazione tecno-entusiaste della Silicon Valley"[56].

Il libertarianesimo è una declinazione dell'ideologia californiana ed è parte di un progetto di egemonia politica che può essere descritta con un'altra espressione coniata da Barbrook e Cameron: "amalgama degli opposti". Si tratta di un'alleanza culturale e politica - mostruosa, negli anni Novanta; realtà, oggi nel populismo 2.0 - tra l'estrema destra dell'*Alt right,* Steve Bannon, l'anarco-capitalismo, il razzismo e il nazionalismo. Nel senso comune populista ciò equivale all'espressione: "essere né di destra, né di sinistra", la sintesi più verosimile di una nuova forma di autoritarismo. L'amalgama degli opposti è una formula sufficiente ampia, e indeterminata, per contenere posizionamenti politici opportunistici che condividono politiche ciniche, in fasi economiche diverse, finalizzate alla conquista del potere e alla sua riproduzione. Barbrook e Cameron hanno intuito una figura centrale nella società dello spettacolo digitale: l'imprenditore-hacker, il politico-imprenditore, miliardari razzisti che in nome del popolo fanno gli interessi della loro classe. La politica è imprenditoria, il cittadino è un imprenditore, lo Stato è un imprenditore collettivo, la piattaforma digitale è lo Stato-impresa che "stampa" moneta. Libra di Facebook nel 2019, ad esempio: il perfezionamento del sistema Paypal dell'imprenditore Peter Thiel, già fondatore di Tesla e finanziatore di Donald Trump.

L'ideologia californiana è l'espressione specifica di un processo politico globale il cui obiettivo è l'invenzione di una sovranità che si affianca a quella degli Stati-nazione e trasforma il mondo in un mercato unico automatizzato. Negli anni Novanta si è data la prefigurazione

"del processo di finanziarizzazione che si svilupperà interamente non a caso negli anni Novanta, nel pieno della rivoluzione digitale, che porterà i mercati finanziari e le sue oligarchie a divenire il cuore dell'accumulazione e della valorizzazione del capitalismo del nuovo millennio. Oggi siamo in grado di dire, anche alla luce della crisi economico-finanziaria che ha investito il mondo dal 2008, che nuove gerarchie e forme di dispotismo si sono realizzate e sono cresciute"[57].

[56] Ippolita, *Libertarianesimo*, in *Tecnologie del dominio*, Meltemi 2018: 158
[57] A. Fumagalli, *Grateful dead economy: la psichedelia finanziaria,* Agenzia X, 2016: 19

2. L'anarchia incoronata del capitalismo

L'ideologia californiana è un'interpretazione del diritto costituzionale.

"Le tecnologie dell'informazione - scrivono Barbrook e Cameron - sono utilizzate per creare una nuova "democrazia jeffersoniana" nel cyberspazio dove ogni individuo ha la possibilità di esprimersi liberamente". È la costituzionalizzazione del libero mercato considerato la garanzia che assicura la piena libertà. È questa l'"Idea Americana": l'età dell'informazione è fondata sull'ideologia ottocentesca del liberismo".

IL giurista americano Frank Pasquale ha esplicitato il significato di questa visione del mondo[58]. La privacy è considerata un "bene competitivo", ogni forma di regolazione giuridica da parte dello Stato è giudicata un atto tirannico e un autoritarismo, si afferma l'uso opportunistico della libertà di espressione (il primo emendamento alla Costituzione americana) a favore della libertà di impresa. L'ideologia californiana è un'ideologia "cyber-libertariana" scrive Pasquale. In altre parole: un anarco-capitalismo, l'anarchia incoronata del capitalismo assoluto. *Ab-solutus:* sciolto da leggi, assolto dai vincoli.

Shoshana Zuboff in *The Age of Surveillance Capitalism* (2019) ha dimostrato che lo Stato non è stato passivo rispetto alla crescita di quello che definisce "capitalismo di sorveglianza". Gli anni più importanti dello sviluppo di questa industria sono stati quelli immediatamente successivi all'11 settembre 2001. Per tutto il decennio successivo è stato istituto uno "stato di eccezione" finalizzato alla prevenzione e al contrasto del terrorismo islamico fuori e soprattutto dentro gli Stati Uniti. Zuboff racconta il modo in cui Apple e Google, in particolare, sono letteralmente "fioriti" grazie all'*eccezionalismo giuridico dei sistemi di sorveglianza*[59]. A dimostrazione di questa tesi Zuboff racconta come, a partire dal 2003, Google abbia sviluppato il suo motore di ricerca grazie ad un contratto speciale con la Nsa pari a oltre 2 miliardi di dollari. Le agenzie di contro-spionaggio e di guerra contro il terrorismo non hanno mai accettato i limiti costituzionali a cui sono soggette e hanno accresciuto l'interdipendenza con le aziende della Silicon Valley, ottenendo in cambio gli strumenti tecnici per raggiungere i loro obiettivi.

Va ricordato che l'eccezionalismo tecnologico e giuridico del capitale digitale è caro sia alla destra repubblicana che alla sinistra democratica. Zuboff si sofferma a

[58] F. Pasquale, *The Automated Public Sphere*, Legal Studies research paper, University of Maryland, 10 novembre 2017.
[59] S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism. The fight for a human nature at the new frontier of power,* Profile Books, 2019: 115.

lungo sull'amicizia tra i fondatori di Google e Obama. È di dominio pubblico la collaborazione prestata da Google alla prima campagna presidenziale di Obama nel 2007. Grazie a Google, Obama realizzò una straordinaria macchina di acquisizione di dati e orientamento dei comportamenti degli elettori. Con mezzi ancora superiori, e con una maggiore spregiudicatezza, ha agito lo stesso Trump nel 2015, come ha rivelato il caso Cambridge Analytica-Facebook nel 2018[60].

Barbrook e Cameron hanno prefigurato un nuovo assetto del nuovo potere fondato sull'impresa. Dal testo emerge il profilo di capitalisti cinici e opportunisti: da un lato, attaccano lo Stato; dall'altro lato, sono pronti a ricevere fondi ingenti che aumentano i loro profitti.

"Questi imprenditori - scrivono Barbrook e Cameron - hanno potuto contare sul denaro pubblico e sull'intervento dello stato per alimentare e sviluppare le proprie industrie e, quando le compagnie giapponesi minacciarono di invadere il mercato americano dei microchip, i capitalisti "libertari" delle industrie di computer californiane non ebbero alcuna remora ideologica nell'entrare in un cartello organizzato dallo stato per respingere gli invasori dell'estero".

Il ruolo dei politici, dello Stato e dell'industria militare nello sviluppo della rivoluzione informatica già a partire dagli anni Cinquanta è stato occultato, mentre cresceva la leggenda di un'industria fatta da imprenditori eroici che coltivavano dogmi profondamente anti-statalisti. Questa immagine non è vera. La Silicon Valley si è sviluppata grazie allo Stato. Lo Stato è sempre pronto ad ottenere benefici di ogni tipo.

3. Populismo del mercato

Alla metà degli anni Novanta andava di moda l'iper-liberista repubblicano Newt Gingrich. La sua popolarità permise di popolarizzare l'idea di una convergenza tra computer, media e telecomunicazioni. Gingrich non la considerava come un'agorà elettronica, ma come l'apoteosi del mercato e la possibilità di trasformare ogni cittadino, e non solo una "classe virtuale" di imprenditori e smanettoni, in "liberi mercanti". È importante precisare che a quel tempo l'ideologia californiana non era sostenuta solo da una parte, in fondo minoritaria, dei repubblicani. Era la manifestazione più aggressiva e distopica di un'egemonia molto più ampia nella cosiddetta *cybercultura*.

L'ideologia californiana va considerata come l'applicazione più radicale di un discorso già diffuso negli anni Novanta quando le maggioranze politiche in quasi tutti

[60] Cfr. R. Ciccarelli, *2018: il grande contraccolpo digitale*, in X*VI rapporto diritti globali: un mondo alla rovescia*, a cura di S. Segio, Ediesse, Roma 2018: 85 e ss.

i paesi occidentali erano detenute dal centro-sinistra liberista che fu uno straordinario acceleratore di una visione del mercato convergente con quella di un fanatico come Gingrich. Visto a distanza di tempo, questo discorso permette di definire il ruolo del mercato nell'economia informatica e digitalizzata.

Il giornalista americano e storico delle idee Thomas Frank ha coniato un'espressione significativa. Nel libro *One Market under God* pubblicato nel 2000 ha parlato di *populismo del mercato*[61]. Questa categoria è decisiva per comprendere oggi sia la nuova ondata del populismo che i suoi rapporti decisivi con il capitalismo delle piattaforme. Il cuore della definizione sta nel concetto di "amalgama degli opposti" formulata da Barbrook e Cameron a proposito dell'ideologia californiana. Tale amalgama è l'intreccio di due elementi: da un lato, l'esercizio del potere nella forma dell'economia; dall'altro lato, l'esercizio dell'economia nella crisi della rappresentanza politica. Insieme questi elementi formano un unico fenomeno nel capitalismo delle piattaforme digitali. L'unione tra la logica del populismo e quella del capitalismo risponde a quella che Pierre Dardot e Christian Laval[62] hanno definito una *nuova razionalità del mondo*, l'espressione di una filosofia morale e di una teoria delle passioni, entrambe basate su un'antropologia economica non limitata alla riduzione a merce, ma finalizzate alla rifondazione dell'essere umano come "capitale umano". I rapporti tra democrazia e tecnologia, tra stato e mercato, tra mercato e popolo non vanno intesi solo come un'opposizione, ma come un processo di totalizzazione il cui contenuto è il *governo dell'essere umano attraverso il capitale.* Questo concetto è utile per tenere insieme la trasformazione dello Stato e quella del mercato, insieme al soggetto. Il governo di Sé e il governo degli altri, ovvero la relazione costitutiva della politica. Questa relazione oggi è intesa come un rapporto di capitale.

Il *populismo del mercato* è l'espressione di questo rapporto. Il mercato è uno strumento di democrazia superiore al sistema parlamentare. Il consenso è il prodotto di un referendum continuo del mercato su merci, servizi, beni e persone. Un dentifricio, un partito, un giornale o una radio una carriera o l'amore funzionano se rispondono alle esigenze del pubblico, dei consumatori, dei clienti, degli elettori o degli amanti. Se nessuno compra, vota, lavora o consuma allora non è popolare, non funziona sul mercato, non ha spazio nella cittadinanza dei commerci, non ha successo. Il principio generale della politica è il mercato. Il mercato è la legge davanti alla quale gli esseri

[61] T. Frank, *One market under god. Extreme Capitalism, Market populism and the end of economic democracy,* Anchor Books, New York 2000.
[62] P. Dardot-C. Laval, *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*, La Découverte, Parigi 2009.

umani sono uguali; è il tribunale dove l'individuo scopre la verità su sé stesso; è il luogo della veridizione, lì dove le cose diventano vere[63]. Il mercato è il popolo, il popolo è il mercato. La vita e la morte di una persona, di uno stato, di una società dipendono dal mercato legittimato dalla volontà del popolo dei cittadini-consumatori.

Oltre ad essere il principio della realtà, il luogo della verità, un mezzo dello scambio e un tribunale, il mercato è anche il garante della democrazia. Esprime la volontà popolare in modo più articolato e significativo rispetto a un governo democraticamente eletto. L'idea del volere del popolo, mediato da un governo eletto, è considerata un'eresia pericolosa che interferisce con la libertà di accumulare ricchezza, produrre e consumare. Il volere del popolo è invece legittimo quando è mediato dal mercato. In questa argomentazione si è del tutto persa ogni considerazione della democrazia rappresentativa, oltre che del sistema parlamentare e, in generale, dello stato di diritto costituzionale. Il populismo del mercato pretende di sostituire la democrazia borghese e si presenta come l'alternativa politica realmente efficiente. Viceversa, la democrazia è identificata con la "burocrazia", quindi con l'inefficienza, l'assistenzialismo, l'improduttività. È il mito del mercato, la teologia della "mano invisibile". Il mercato, invece, è inefficiente e disfunzionale, soggetto a potenti processi di entropia e saturazione, oltre che a violente concentrazioni monopolistiche che si presentano come "naturali", ma che invece sono "artificiali", ovvero *prodotti sociali e politici*. Queste elementari verità sono occultate dal populismo del mercato che rovescia la realtà dei rapporti sociali e istituzionali nello spettacolo della merce.

Diversamente da una credenza molto diffusa, i significati attribuiti a "élite" e "popolo" non sono mai stabiliti. Non sono i sinonimi di "ricchi" e "poveri", né di "sinistra" e "destra" oppure di "capitale" e "lavoro". Nella storia di questa espressione emerge una straordinaria mutevolezza e disinvoltura nella loro applicazione. Ciò che nel populismo resta immutato è il culto del capitale e la credenza nelle virtù del mercato come strumento di progresso sociale e individuale. Negli Stati Uniti, dalla fine del XIX secolo alla Seconda guerra mondiale, "populismo" è stato il sinonimo di una lotta di classe. Allora l'"uomo comune" era schierato contro i *robber barons* come Cornelius Vanderbilt, capitalisti senza scrupoli che usavano i sussidi di stato per rafforzare la loro posizione sul mercato. Nato come un'istanza che intendeva contrastare il *big business* negli Stati Uniti, il populismo ha costruito il consenso del *New Deal* di Roosevelt negli anni Trenta del XX secolo. Vent'anni dopo, il suo segno politico è cambiato, spostandosi verso ipotesi liberiste. Nel pieno della guerra fredda, l'idea di una democrazia dei consumatori è stata usata contro le istanze redistributive.

[63] M. Foucault, *Nascita della biopolitica,* Feltrinelli, Milano 2005: 40.

Il popolo aveva il diritto di accedere alle merci, non di chiedere l'aumento dei salari o la redistribuzione dei profitti. Il mercato era considerato l'alternativa del socialismo, come se quest'ultimo non fosse anche una forma del mercato. L'inversione dei termini ha fatto scuola a cominciare dagli anni Sessanta, quando le istanze neokeynesiane che predicavano una riforma fiscale progressiva a favore dei più deboli iniziarono ad essere considerate "elitarie", mentre quelle neoliberiste che facevano gli interessi dei proprietari erano definite "popolari".

Elitario non indicava più il capitalista, l'accaparramento di risorse pubbliche, sfruttamento e i tagli delle tasse per aumentare la rendita, ma i valori morali e i comportamenti simbolici stigmatizzati con espressioni quali "snob", "radical chic" o "politicamente corretto". Questi epiteti erano rivolti di solito contro timidi progressisti che evocavano questioni redistributive o regolatorie del mercato a favore del "popolo". L'uso acritico e compiaciuto di cui si fa ancora oggi di queste espressioni ignora l'origine di questo rovesciamento di senso e rivela la subalternità all'impostazione conservatrice e autoritaria nata negli anni Sessanta, non negli ultimi cinque.

Questo è stato lo scheletro ideologico sul quale si è appoggiata la risposta ai movimenti *anti-sistemici* degli anni Sessanta e alimentò il mito della "maggioranza silenziosa" che diede a Richard Nixon la duplice vittoria alle elezioni presidenziali del 1968 e del 1972. Lo stesso schema fu ripreso dal 1980 da Ronald Reagan il cui fervore neoliberista rese popolare la convinzione per cui le politiche pubbliche fossero elitarie, mentre quelle di mercato "popolari". Allora il popolo avrebbe beneficiato degli sconti fiscali e delle politiche economiche favorevoli alle élite; le élite si sarebbero arricchite per fare il proprio bene in nome della democrazia del mercato. È la teoria dello sgocciolamento [*trickle down*]: se ai più ricchi lo Stato riconosce forti agevolazioni, le risorse risparmiate saranno usate per investimenti e consumi. Questa ricetta non ha mai funzionato e i tentativi di realizzarla sono serviti per spostare maggiori quote di ricchezza pubblica nelle mani dei privati[64]. E tuttavia si continua ad applicarla, in forme spurie, presentandole come misure "popolari".

La critica del capitalismo continua ad essere considerata impopolare e anacronistica. È inaccettabile perché sarebbe contraria al bene dell'"uomo comune" che ha trovato il suo difensore nel mercato che invece è la potenza che lo condanna alla povertà. A dispetto di questo cortocircuito la critica è considerata "elitaria", mentre la volontà delle imprese che fanno i propri interessi è "popolare". È l'effetto

[64] Cfr, L. Gallino, *La lotta di classe dopo la lotta di classe*, a cura di P. Borgna, Laterza, Roma-Bari 2012; T. Piketty, *Il capitale nel XXI secolo*, Bompiani, Milano 2014; M. Revelli, *La lotta di classe esiste e l'hanno vinta i ricchi: vero!*, Laterza, Roma-Bari 2015; J. Aldred, *Licence to be Bad: How Economics Corrupted Us,* Allen Lane, Londra 2019.

del consenso capitalista fondato su una fantasia: il mercato sarebbe una forza "anti-elitaria". E, anche quando è criticato nei suoi eccessi, come accade oggi, resta viva la fede nella sua capacità di portare benefici all'"uomo comune". Il populismo del mercato serve a incanalare la sua protesta contro questa situazione nel consenso per le politiche che aggravano le contraddizioni, non le risolvono. È la manifestazione di una strategia discorsiva che trasforma i conflitti di classe in conflitti tra valori, principi e stili di vita basati sullo status sociale, la proprietà e la competizione. Fondata sul mito della concorrenza perfetta, sulla capacità di distruggere il vecchio e autoregolare l'innovazione, peculiare declinazione del populismo è tanto più urgente, quanto più il capitale perde il consenso perché non assicura alcun benessere al popolo. In realtà, il populismo del mercato ha realizzato un nuovo regime delle élite capitalistiche in nome della sovranità popolare. Questo rovesciamento è la cifra nella rivoluzione conservatrice in corso: "l'apologia più sfacciata della disuguaglianza economica dal tempo del darwinismo sociale"[65].

4. Populismo digitale

Barbrook e Cameron hanno evidenziato nel loro saggio sull'ideologia californiana il rapporto tra il populismo del mercato e la rivoluzione informatica. Tale rapporto è storicamente accertato sin dagli anni Ottanta ed è diventato evidente negli anni Novanta del XX secolo. Oggi è la regola. Torniamo all'epoca del *Washington Consensus*, termine usato per indicare la cornice giuridica di un accordo sul commercio internazionale, diventato il sinonimo di "consenso del mercato" [*market consensus*] e della teoria neoliberale dei mercati autoregolati[66]. Il concetto era già emerso nel decennio precedente quando è esplosa l'economia dei servizi e l'affermazione della rivoluzione informatica che oggi innervano la politica e hanno modificato la nostra soggettività. Il concetto di *New Economy* si è affermato tra il 1995 e il 1999 ed è stato declinato con l'esplosione della bolla finanziaria delle azioni *Dot.com* creata dall'abuso di strumenti come le *stock options* sul listino del Nasdaq nella borsa di New York. Furono gli anni della prima celebrazione dell'informatica e delle telecomunicazioni considerate le principali cause della forte crescita della

[65] T. Frank, *The rise of market populism. It offers a blatant apologia for economic inequality - but few question the faith,* The Nation, 12 ottobre 2000.
[66] D.Yergin-J. Stanislaw, *The Commanding Heights: The Battle for the World Economy*, FreePress, 2002.

produttività registrata negli Stati Uniti con tassi superiori a quelli dell'età dell'oro del 1913-72[67].

È nata così l'idea di una rivoluzione industriale - la "terza" o la "quarta" a seconda delle cronologie - di pari importanza alla seconda rivoluzione industriale del 1860-1900 che ha diffuso elettricità, motori e trasporti aerei, cinema, radio, impianti idraulici[68]. Si è trattato della prima espressione organica della simbiosi tra la finanziarizzazione dell'economia e l'informatizzazione della produzione soggetta a produzione di bolle speculative che interessano il mercato azionario, quello immobiliare, bancario o il debito pubblico come ha dimostrato la crisi dei mutui subprime del 2007 negli Stati Uniti e, successivamente, quella del debito pubblico e delle banche in Europa[69].

La coincidenza tra la rivoluzione informatica e la prima ondata del populismo del mercato non è stata casuale, così come non lo è l'incontro tra l'attuale esplosione del capitalismo delle piattaforme digitali. Il rapporto è strutturale ed è la base del *populismo digitale di mercato*, la manifestazione politica di una configurazione generale dei poteri e dei saperi creata dall'informatizzazione della produzione e dalla *siliconizzazione* del mondo[70]. Il digitale non è un semplice *medium*, espressione della creatività sorgiva di un'avanguardia tecnologica, oppure dell'anarchia di una società civile allergica al profitto, né uno strumento tecnologico del potere a disposizione della razionalità strumentale del dominio, e non può nemmeno essere considerato solo come un modo di produzione. È il dispositivo in cui oggi si dà la vita all'interno del quale si dà la politica: il governo di Sé e degli altri, l'idea che l'essere umano è riducibile al capitale umano e che l'esistenza sia concepibile solo attraverso la mediazione delle piattaforme digitali. Al suo interno si distinguono diverse tipologie politiche come il populismo *digitale*[71], la *demagogia* e l'*autoritarismo digitale*[72], la

---

[67] Per una storia della *New Economy,* cfr. C. Marazzi, *Capitale & linguaggio. Dalla new economy all'economia di guerra*, DeriveApprodi, Roma 2002.

[68] R. J. Gordon, *Interpreting the 'One Big Wave' in U.S. Long-term Productivity Growth*, *Productivity, Technology and Economic Growth*, 2000.

[69] J. Stiglitz, *I ruggenti anni Novanta. Lo scandalo della finanza e il futuro dell'economia*, Einaudi, Torino 2003.

[70] E. Sadin, *La siliconizzazione del mondo. L'irresistibile espansione del liberismo digitale,* Einaudi, Torino 2018; Id. *Critica della ragione artificiale. Una difesa dell'umanità,* Luiss, Roma 2019.

[71] G. Santoro, *Un Grillo qualunque,* Castelvecchi, 2012; A. Dal Lago, *Clic! Grillo, Casaleggio e la demagogia elettronica*, Cronopio 2013; Id. *Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2017. Obsolete Capitalism, *The Birth of Digital Populism. Crowd, Power and Postdemocracy in the 21st Century*, 1 gennaio 2015, https://issuu.com/obsoletecapitalism/docs/the_birth_of_digital_populism_for_i.

[72] C. Fuchs, *Digital Demagogue: Authoritarian Capitalism in the Age of Trump and Twitter*, 2018.

democrazia digitale diretta, e altre possibili applicazioni commerciali, sociali e politiche.

Il Movimento Cinque Stelle è stato descritto in Italia come una forma di *populismo digitale*. È stata un'intuizione importante. Oggi è utile intendere questa espressione in maniera più sistematica, come l'espressione del populismo del mercato e una manifestazione del capitalismo delle piattaforme digitali. Si tratta di un rapporto organico: oggi l'obiettivo del populismo del mercato è la costruzione di un *popolo digitale.* Questo progetto è funzionale sia all'impresa alla ricerca di un contatto diretto e immediato con gli utenti e i consumatori, sia ai politici populisti. Non è un caso se questi ultimi usano la rete, e le piattaforme digitali, per affermare la loro egemonia sul mercato della politica. All'idea del libero mercato come luogo della democrazia il capitalismo delle piattaforme ha aggiunto due caratteristiche: creare il popolo *in tempo reale* e praticare un'illusoria capacità di decisione efficiente e istantanea. La specificità di questo popolo digitale consiste nella produzione di un *demos* virtuale collegato con il leader così come lo è con la piattaforma. Questo *demos* conferisce all'uno come all'altra una legittimazione superiore a quella della democrazia politica ed economica, permette di supplire all'assenza dei diritti sindacali, della libertà di espressione e di stampa, le tutele e le garanzie. È l'infrastruttura tecnologica di un potere anche personale concepito come una forma dell'eccezionalismo giuridico dove prospera il nuovo potere digitale: l'*algocrazia*, il potere degli algoritmi[73].

L'algocrazia corrisponde a ciò che Foucault ha definito "dispositivo di sicurezza". La regolamentazione di un ambiente in cui non si tratta tanto di fissare limiti, confini, confini, in cui non si tratta tanto di determinare i luoghi, ma soprattutto di consentire, garantire e assicurare il traffico: circolazione delle persone, circolazione delle merci, circolazione aerea"[74]. Questo dispositivo va inteso come un potere basato sulla raccolta, l'aggregazione e l'analisi automatizzata di grandi quantità di dati al fine di modellare, anticipare e influenzare in anticipo i possibili comportamenti della popolazione. Inoltre, l'algocrazia non rientra nella tripartizione dei poteri costituzionali (esecutivo, deliberativo, giudiziario), nella teoria dei regimi politici (monarchia, repubblica, democrazia, oligarchia, tirannia) e nemmeno in un rapporto di lavoro. Si concepisce superiore all'ordine politico e capace di condizionarlo fino al punto di dirigerlo completamente. Il nuovo potere è, da un lato, un neofeudalesimo

[73] A. Rouvroy- T. Berns, *Gouvernementalité algorithmique et perspectives d'émancipation. Le disparate comme condition d'individuation par la relation?*, Réseaux, vol. 177, no . 1, 2013: 163-196

[74] M. Foucault, *Sicurezza, territorio, popolazione. Corso al Collège de France 1977-1978,* Feltrinelli, Milano 2005: 31.

tecnocratico e manageriale; dall'altro lato, rappresenta l'istanza di una democratizzazione illusoria chiamata disintermediazione di piattaforma. Tale istanza permette al cittadino-sovrano-consumatore di affermarsi in prima persona, mentre in realtà dipende sempre di più dal comando dell'algoritmo.

La contraddizione tra l'accentramento e la disseminazione, tra la personalizzazione e la moltiplicazione delle identità, tra il potere assoluto e la democrazia diretta corrisponde al concetto di "amalgama degli opposti". La forma politica di questa contraddizione reale è il *populismo digitale* e le sue varianti. La razionalità che la guida, e legittima, è il populismo del mercato, un fenomeno che si intreccia con lo sviluppo tecnologico e il suo rapporto con la sfera pubblica e personale. L'insieme di questi elementi formano un dispositivo di governo definito *capitalismo della sorveglianza*.

5. Il capitalismo della sorveglianza

È

"un nuovo ordine economico che configura l'esperienza umana come una materia prima gratuita per pratiche commerciali nascoste di estrazione, predizione e vendita; una logica economica parassita nella quale la produzione delle merci e dei servizi è subordinata a una nuova architettura globale della trasformazione comportamentale degli individui e delle masse; una violenta mutazione del capitalismo caratterizzata da una concentrazione della ricchezza, conoscenza e potere senza precedenti nella storia umana; (...) l'origine di un nuovo potere strumentale che afferma il dominio sulla società e presenta una sfida impegnativa alla *democrazia di mercato* (corsivo mio); un movimento che intende imporre un nuovo ordine collettivo basato sulla certezza totale; l'espropriazione dei diritti umani critici che può essere meglio compresa come un colpo di stato dall'alto, un sovvertimento della sovranità del popolo"[75].

Questa definizione è la più esauriente del capitalismo di sorveglianza, ma presenta numerosi problemi epistemici e politici che affronterò in questo saggio, rimandando tuttavia l'approfondimento ad un altro momento. Rispetto alla nostra genealogia del potere contemporaneo il libro di Zuboff, da cui ho estratto la definizione, è efficace nella difesa dei principi della democrazia liberale e della costituzione americana, concepite come argine al dominio totalitario capitalistico, in particolare di quello delle grandi aziende della Silicon Valley. Manca tuttavia l'idea che l'algocrazia sia una prassi neoliberale del potere che si colloca volontariamente nel campo della democrazia per sospenderla, e trasformarla, senza formalmente abolirla. Questo è uno *stato di emergenza* che agisce sistematicamente in deroga alla divisione dei poteri e

[75] S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, cit.: 1. Per un'analisi critica di questo libro, cfr. R. Ciccarelli, *Il diritto al futuro contro il capitalismo di sorveglianza*, Sbilanciamoci, 2 luglio 2019.

allo stato di diritto, entrando così in risonanza con le prassi già esistenti che strutturano il potere neoliberale.

La difesa della *democrazia di mercato* ideale proposta da Zuboff contro i capitalisti delle piattaforme digitali è un cortocircuito. Questo capitalismo si appoggia allo stesso ideale della libertà sancito dalla costituzione e trova la sua giustificazione politica proprio nell'affermazione della democrazia del mercato che il capitalismo industriale non riesce più a garantire. Il populismo del mercato delle piattaforme digitale è un'estremizzazione autoritaria della democrazia di mercato. Mark Zuckerberg o Eric Schmidt di Google si presentano come difensori della "democrazia". E tuttavia, come correttamente sostiene Zuboff, affermano un totalitarismo in nome del mercato. In questo paradosso, la democrazia di mercato non è il rimedio, ma è la premessa per la realizzazione del regime che l'autrice combatte. Questa difficoltà è l'espressione della cultura politica liberale e si intreccia con la teoria critica della Scuola di Francoforte di cui Zuboff fa largo uso nel suo libro. Questi strumenti analitici sono necessari per decostruire e riconoscere il funzionamento della macchina algoritmica, ma rischiano di configurare un dominio totale, un soggetto sfruttato e depredato che resta passivo e vittima di una macchinazione universale, condizioni che rendono praticamente impossibile un ribaltamento dei rapporti di forza. Tale impostazione prefigura un individuo che naturalmente si identifica in una democrazia "liberale" che va salvaguardata contro il vampirismo dei capitalisti digitali.

La storia dell'ideologia californiana, a cui il capitalismo di sorveglianza attinge, intrecciata con il populismo di mercato e la sua ultima manifestazione del populismo digitale, dimostra che l'individuo non è affatto passivo nel meccanismo di estrazione del plusvalore "comportamentale". Tale estrazione è possibile solo attraverso la mobilitazione del soggetto e la sua trasformazione in attore desideroso di partecipare a un processo di accumulazione che soddisfa il suo interesse e realizza una mentalità acquisita mediante una trasformazione antropologica della forza lavoro in capitale umano. La forza del capitalismo di sorveglianza è il desiderio del consumatore di diventare un *self made men*, un imprenditore di se stesso che si fa profilare, valutare e in cambio acquista merci, servizi, diritti, profitti e status.

6. Autoritarismo neoliberale

L'autoritarismo sociale neoliberale ha una lunga storia e costituisce il registro, non privo di varianti interne, del capitalismo digitale. In *The Great Moving Right Show,* un articolo del 1984 sull'era Thatcher, Stuart Hall ha introdotto il tema dell*'autoritarismo*

neoliberista. Nel 1988 Hall spiegò la genesi di questa espressione alla luce della storia di una reazione ai movimenti radicali degli anni Sessanta e il ricorso alle politiche "legge e ordine", l'evocazione della disciplina sociale e dell'autorità contro veri o presunti "nemici dello Stato", la creazione della psicosi per l'"anarchia sociale", la ricerca del "nemico interno"[76].

La tesi di Stuart Hall è importante: *il discorso neoliberale contiene il populismo*. Il governo si rivolge al popolo e non più alla classe. La relazione è quella tra il leader e l'individuo-consumatore, non quella tra il partito e gli operai. Questo rovesciamento fu compiuto già dal partito laburista nei conflitti degli anni Settanta. Davanti agli scioperi del 1966 o del 1979 il governo evocò gli interessi della "Nazione" contro la propria classe sostenuta dagli "interessi settoriali dei sindacati "irresponsabili".

Il thatcherismo si inserì nella contraddizione, continuò il lavoro dei laburisti su una nuova base ideologica: schierò la "nazione" e il "popolo" contro la "classe" e i "sindacati" e individuò nel mercato lo strumento della "giustizia sociale" per tutti. Il thatcherismo ha scoperto un potente mezzo per tradurre i cliché della "libertà del mercato" nel linguaggio dell'esperienza, del senso comune, fornendo una morale alternativa a quella del Welfare, sfigurato e trasformato nella parodia di una "società dell'assistenza". Ha trasformato la *cittadinanza sociale* in una *cittadinanza del mercato*, mentre il mercato è l'espressione della *volontà del popolo* che si ribella contro un sistema paralizzato dalla tassazione, dalla burocrazia, dalle caste e dalle élites.

Stuart Hall parla di *populismo thatcheriano*: un mix di nazione, famiglia, dovere, autorità, regole e tradizione con il neoliberismo dell'interesse personale, individualismo competitivo, anti-statualismo. La legge è: "libertà dei popoli è uguale al libero mercato". Questa combinazione è diffusa in tutti i paesi dove si è diffusa la contro-rivoluzione neoliberale. Il discorso thatcheriano è stato quello esemplare, un concentrato unico e potente della nuova politica che ha trovato l'analogo negli Stati Uniti a partire dalla presidenza Reagan, ma in realtà a partire dall'elezione di Nixon nel 1968[77]. Gli stessi processi si sono affermati, in maniera molecolare, ovunque e hanno risposto alla stessa razionalità. Rispetto alla prima stagione delle politiche neoliberali sono cambiate le combinazioni tra gli elementi costitutivi. Anche quando si contrappone al mercato, evocando astratti principi di redistribuzione sociale, il nuovo populismo gestisce una società di mercato, pensata per il mercato e destinata al mercato. Il razzismo contro migranti e immigrati, di cui è l'espressione *nazional-*

[76] S. Hall, *The Hard Road to Renewal: Thatcherism and the Crisis of the Left,* Verso, Londra 1988.
[77] D. Harvey, *Breve storia del neoliberismo*, Il Saggiatore, Milano 2007.

populismo[78] è un'idea del mercato e dello stato ed è il risvolto dell'autoritarismo neoliberale, non certo il suo opposto. Lo stesso razzismo è ricorrente in politiche che si sono presentate come "moderate" o di "centro-sinistra". Le esperienze sono note in Italia: oltre alle leggi securitarie, ci sono stati i campi di concentramento (a Bari, nel 1991), le stragi provocate dalla marina militare italiana che affondò una nave piena di immigrati (1997), accordi internazionali che hanno delocalizzato in paesi terzi come la Libia i campi di concentramento (2017).

È il "razzismo di stato"[79] che ha significativi impatti all'interno dei paesi, e non solo sulla gestione delle frontiere. Si pensi alla segmentazione etnica del mercato del lavoro, alla moltiplicazione della popolazione carceraria di origine straniera che si aggiunge a quella povera nativa e alle minoranze[80], o all'uso generalizzato della penalità e delle sanzioni finalizzate al controllo sociale e alla punizione esemplare (il populismo penale[81]). Su questo impianto politico insiste lo sviluppo delle tecnologie digitali finalizzate al governo, alla valutazione, al controllo e alla punizione dei cittadini e dei migranti, tanto negli Stati Uniti dove Amazon commercia il suo sistema di riconoscimento facciale con i dipartimenti di polizia, mentre esiste una forte polemica sull'uso di queste tecnologie nella guerra contro gli umani alla frontiera con il Messico. Lo stesso sta accadendo in Cina che ha adottato il sistema dei crediti sociali. Nella logica dell'amalgama degli opposti, questi elementi si ricombinano alternandosi con le maggioranze politiche diverse in un unico dispositivo che occupa molteplici campi. La continuità si afferma nella differenza tra le politiche concrete e a dispetto delle retoriche adottate dai populismi autoritari contrapposti. Questo discorso polimorfo è utile sia per spiegare l'attuale capitalismo delle piattaforme, sia per comprendere il reale significato della contrapposizione che governa il dibattito politico attuale: populisti contro neoliberisti: "una contrapposizione ingannevole"[82]. Questo è tuttavia il palinsesto dove si svolge il film della politica contemporanea. È pensato per annientare la possibilità di pensare un'alternativa.

7. Per una storia dei movimenti nel capitalismo digitale

[78] P.-A. Taguieff, *Le nouveau national-populisme*, Cnrs Editions, Parigi 2012.
[79] M. Foucault, *Bisogna difendere la società,* Feltrinelli, Milano 1998: 61 e ss.
[80] J. Simon, *Il governo della paura. Guerra alla criminalità e democrazia in America,* Raffaello Cortina Editore, Milano 2008.
[81] S. Anastasia, M.Anselmi, D. Falcinelli, *Populismo penale: una prospettiva italiana*, Cedam, Milano 2015.
[82] S. Halimi-P. Rimbert, *Libéraux contre populistes, un clivage trompeur*, Le Monde Diplomatique/Il Manifesto, settembre 2018: 1, 22-23.

Il capitalismo di sorveglianza, l'ideologia californiana e il populismo del mercato sono espressione anche di una storia sociale e politica. Questa intuizione si ritrova nello scritto di Barbrook e Cameron che hanno formulato una tesi importante sul significato del Sessantotto. Negli anni Settanta e Ottanta la rivoluzione informatica è apparsa come l'alternativa capitalistica alla chiusura dello Stato contro i movimenti anti-sistema, e anti-capitalistici, che videro la California all'avanguardia durante gli anni Sessanta. L'esito delle elezioni presidenziali del 1968 e del 1972, con la vittoria di Nixon, la dura repressione dei movimenti da parte della polizia e dell'Fbi, il deperimento della conflittualità sociale nella "società dei consumi", la svolta "anti-welfare" delle politiche pubbliche, la rivoluzione "manageriale" nell'organizzazione delle fabbriche e della proprietà dell'impresa, la disoccupazione e l'insicurezza sociale ed economica. Sono alcuni degli elementi che hanno portato a un profondo ripensamento dell'antagonismo a partire dai primi anni Settanta, sfruttando anche la debolezza del movimento americano.

"Gli ideologi californiani esaltarono l'individualismo libertario degli hippies, ma *non hanno mai dibattuto sulle richieste politiche e sociali della contro-cultura* - scrivono Barbrook e Cameron (corsivo mio)- Secondo loro la libertà individuale non può essere raggiunta ribellandosi contro il sistema, ma attraverso la sottomissione alle leggi "naturali" del progresso tecnologico e del libero mercato".

Questo è stato il rovesciamento politico, e di senso, operato contro le controculture degli anni Sessanta, e non solo quella degli "hippies". Questa tesi smentisce l'argomento reazionario per cui il Sessantotto è stato un movimento capitalistico[83]. È stato invece il primo momento dell'opposizione a una nuova forma del capitale. È stato sconfitto. E i vincitori hanno saccheggiato il discorso del nemico reinventando la storia. È quello che accade dopo una guerra: i vincitori eliminano la possibilità che gli sconfitti coltivino la memoria e la storia e, anzi, colonizzano le loro parole, le usano diversamente. In questa ottica non è utile considerare la *contro-cultura* americana, con il suo liberalismo radicale, come una forma politica e culturale in sé. La contro-cultura era una declinazione specifica, e non priva di limiti e con finalità incerte, di un rapporto antagonista al sapere, agli stili di vita del ceto medio affluente, e alla vita capitalistica. Questo conflitto può essere compreso se inserito nei più ampi *movimenti anti-sistemici*[84] dove sono confluiti - in maniera politicamente affine, ma non certo univoca - la rivendicazione dell'autonomia operaia in tutti i paesi occidentali negli anni Sessanta; le lotte anti-imperialistiche e di decolonizzazione; le lotte femministe e

[83] S. Audier, *La pensée anti-68,* La Découverte, Parigi 2008.
[84] G. Arrighi, T. Hopkins, I. Wallerstein, *Anti-sistemic movements,* Manifestolibri, Roma 1992.

anti-razziste; le rotture nel campo della psichiatria e nell'ondata anti-istituzionale; le sperimentazioni nel campo del lavoro culturale e artistico a partire dagli studenti. In questo quadro storiografico emerge anche la politicità della contro-cultura americana e del suo rovescio, la reazione dell'ideologia californiana che ne ha usato i mezzi per raggiungere fini completamente diversi.

Nella storia sociale delle lotte in fabbrica e nella società americana è emersa in tutta evidenza il senso dello scontro in atto tra gli anni Sessanta e Settanta, e il successivo rovesciamento operato dalla contro-rivoluzione neoliberista, in particolare nel campo della gestione delle risorse umane[85]. Ridotta all'essenziale, ciò che inquietava di più l'ordine capitalistico era a quel tempo la rivendicazione dell'autonomia: nelle fabbriche, nella società, nelle minoranze, nelle donne, negli studenti. Una volta riconosciuta dalle leggi e dalle istituzioni, l'autonomia non sopporta di essere dimezzata e controllata. E chiede *più autonomia*. E così via. Nell'esplosione simultanea dei movimenti sociali, oltre che dell'opposizione alla guerra in Vietnam, era temuto l'effetto domino. La riscoperta delle teorizzazioni neoliberista, a partire dalle opere di Friedrich Von Hayek, coincise con un'intuizione politica di grande portata: *usare l'autonomia per il suo contrario.* "Rovesciarla nel suo opposto", come ha efficacemente riassunto il filosofo tedesco Axel Honneth[86]. Autonomia quantificata, misurabile, governata attraverso il mercato e trasformata nella qualità principale del capitale umano. Alla base di questa rifondazione concettuale ci sono le teorie del management che hanno assunto una forma politica ed antropologica:

"Oltre il capitale, c'è la (forza)lavoro. Ma si pretende che i salariati sono portatori di un certo tipo di "capitale": essi affittano una porzione sostanziale di ricchezza - il loro capitale umano - all'impresa. Questa estensione metaforica del termine "capitale" partecipa a un tentativo di rifondazione morale del capitalismo sulla base di un individualismo possessivo rivisitato. In questa presentazione confusionaria, che nega i rapporti di classe, il lavoro non è più l'altro dal capitale, ma solo un capitale come un altro. Che sia umano o finanziario, l'essere umano è sempre portatore di capitale, noi siamo tutti capitalisti, insomma. Questa retorica non intende più giustificare specificamente i privilegi dei possidenti contro quelli dei non possidenti, ma mettere in evidenza gli interessi dei "portatori di capitale", fingendo che tutti lo siano, anche quando il cosiddetto "capitale" si riduce tutt'al più al nostro corpo"[87].

Questo è stato il passaggio di un'epoca: i movimenti anti-sistemici hanno posto il problema, la risposta è arrivata dal loro nemico. L'operazione di egemonia è consistita

[85] G. Chamayou, *La société ingouvernable. Une généalogie du libéralisme autoritaire,* La Fabrique, Parigi 2019.
[86] A. Honneth, *Autorealizzazione organizzata. Paradossi dell'individuazione,* in Id., *Capitalismo e riconoscimento,* a cura di M.Solinas, Firenze University Press, Firenze 2010: 39.
[87] G. Chamayou, *La société ingouvernable*, cit.: 108-9. Sulla storia di questa trasformazione rinvio al mio *Capitale disumano, la vita in alternanza scuola lavoro,* Manifestolibri, Roma 2018.

nel partire dallo stesso campo scelto per l'offensiva, scagliandola contro chi attaccava. La leva di questa ingegnosa operazione culturale è stata il mercato. Rispetto alla stagione "classica" del liberalismo, il mercato non è sinonimo solo di una privatizzazione dello Stato, come spesso viene considerato il neoliberismo, né di un totalitarismo che riduce l'esistenza a una condizione meramente strumentale. Il *neo*liberalismo che ispira anche l'ideologia californiana è una filosofia morale e una visione emancipativa dell'essere umano basata sull'autonomia delle persone e sulla loro libertà di autodeterminarsi secondo una rigorosa disciplina produttivistica. La chiave è la trasformazione della vita in un capitale umano che va governato come un'impresa. L'oggetto del nuovo potere è la forza psicologica e politica dell'individualismo morale del *capitalista umano* inteso come "cittadino consumatore", e non più "lavoratore", una nozione occultata nel discorso politico e culturale egemonico.

Il passaggio dalla disciplina all'autonomia compiuta dalla rivoluzione neoliberale viene di solito inteso come una complicità tra i movimenti anti-sistemici fautori dell'autonomia intesa come autodeterminazione individuale e collettiva e i neoliberali sostenitori di un'autonomia dell'impresa e del capitale umano. Questa lettura mira a occultare il passaggio politico avvenuto cinquant'anni fa, e le sue attuali derivazioni. È il prodotto dell'egemonia capitalista che tende a generalizzare il governo della vita ispirato alla *psicosi delle ingiunzioni paradossali* tipiche del populismo del mercato: da un lato, l'appello all'irresponsabilità economica di un capitalismo predatore, dall'altro l'obbligo alla responsabilizzazione morale dell'individuo ad autocontrollare il suo patrimonio di "autonomia" per governare la carriera, il "bilancio di competenze", lo *status* economico o professionale. Da un lato, la dissoluzione concreta dei comportamenti e delle relazioni; dall'altro lato, l'ingiunzione ai valori astratti della moralizzazione degli stili di vita che hanno fatto perdere al capitalista umano la sua posizione in una società "affluente".

Moralizzazione e irresponsabilità coesistono in un'unità contraddittoria e producono il regime della psicosi e della depressione collettiva. L'"amalgama degli opposti" è l'organizzazione del vittimismo e dell'odio del capitalista umano: vittimismo perché non è mai all'altezza dell'obbligo di investire un capitale su se stesso; odio perché c'è sempre qualcuno che lo fa meglio nella competizione per la conquista dei meriti e dei profitti. L'esito di questa tensione quotidiana non può che essere l'implosione del capitalista umano, la patologizzazione della sua condizione di essere irrisolto, l'interiorizzazione della colpa per un'identità che si concepisce come

un investimento mancato e non possiede ormai più nulla se non un'illusoria proprietà su se stessa.

Questa è la condizione del *prosumer*, ovvero il consumatore che produce e consuma la sua vita, scambia libertà e sicurezza, è il datore di lavoro e il cliente di se stesso. Questa dinamica è amplificata sui social network dove il *prosumer* è considerato un'impresa. Il suo account è un biglietto da visita. La sua attività è mettere in vetrina vita, competenze e opinioni. Questo agente di commercio personalizzato si comporta come un *soggetto-impresa* che vende capitale umano e lo acquista nel nuovo *populismo digitale del mercato*[88]. In tutta evidenza la storia, e il futuro, dei movimenti va inserita nella ricerca di un'alternativa a questa condizione basata su una concezione antagonista dell'autonomia anche, e soprattutto, alla luce del tentativo della sua strumentalizzazione.

8. L'arte del judo sociale

L'ideologia californiana, e il suo "libertarianesimo asociale", sono parte di questa storia sociale e politica altamente combattuta che continua a rinnovarsi, in contesti diversi, tra i creatori di software, ad esempio. Esiste una storia che attesta il declino della cultura *hacker* alla fine degli anni Settanta e la nascita del capitalismo dell'informatica. L'ha raccontata Richard Stallmann, pilastro della cultura radicale, fisico e programmatore. Riguarda la stampante laser Xerox. Nel 1980 ne fu acquistata una dall'AI Lab dove Stallmann lavorava.

"Funzionava davvero bene ma non era per nulla affidabile: capitava a volte che si bloccasse più volte in un'ora (...). La nostra vecchia stampante aveva lo stesso problema, ma essendo pilotata da un software libero in nostro possesso, avevamo aggiunto speciali funzionalità per liberarci da questi difetti. Con la nuova stampante, non lo potemmo fare perché Xerox non ci aveva dato il codice sorgente del programma"[89].

Un ricercatore dell'università Carnegie Mellon possedeva il codice sorgente. Stallmann lo contattò ma il ricercatore si rifiutò di consegnarglielo. Era stato assunto dalla Xerox ed era vincolato da una clausola di confidenzialità. Era l'inizio di un cambiamento radicale rispetto alla storia fino ad allora conosciuta della rivoluzione informatica: le invenzioni erano avvenute nelle università dove vigevano i valori della

[88] Sulla storia e l'evoluzione del *prosumer,* cfr. A.-M. Dujarier, *Il lavoro del consumatore. Come coproduciamo ciò che compriamo,* Egea, Milano 2009.

[89] cit. in S. Borca, *Utopia del software libero. Dal bricolage informatico alla reinvenzione sociale*, Mimesis, Milano 2018: 46-7. Cfr. F. Turner, *From Counterculture to Cyberculture,* University of Chicago Press, Chicago 2008.

condivisione delle conoscenze e della diffusione libera e pubblica dei risultati delle ricerche. Da quel momento entrambe risultavano appropriate da una multinazionale. Era il passaggio dall'industria dei grandi costruttori di computer centralizzati a quella della microinformatica di consumo distribuita e individualizzata.

Una quindicina d'anni dopo Stallmann fu protagonista di un altro scontro con Linus Torvalds, capostipite del movimento dell'*open source.* Stallmann aveva già creato il progetto GNU, a cui aveva affidato il compito di rinnovare lo spirito critico e democratico della ricerca degli anni Sessanta e Settanta. A metà degli anni Novanta, tra l'altro in coincidenza con la pubblicazione del saggio sull'ideologia californiana di Barbrook e Cameron, il mondo degli affari iniziò a interessarsi al software libero, soprattutto dopo l'uscita della versione 1.0 del kernel Linux che funzionava con il sistema GNU. Ricordo che nel 2009 da un'evoluzione di Linux Google ha commercializzato il sistema Android. Tra Torvalds e Stallmann avvenne una rottura culturale e politica. Da un lato, c'era il valore della libertà, e della gratuità, della creazione del software e della sua diffusione di massa; dall'altro lato, si affermò l'idea del software libero come metodologia di sviluppo che ha risposto alle esigenze manageriali dell'organizzazione dell'impresa e dell'aumento della produttività dei programmatori e degli utenti.

"La *cultura open* ha un "bug" (errore in termini informatici) concettuale che deriva dall'ambiguità con cui l'Open Source si è posta nei confronti del mercato. Una "risorsa aperta" non è una cosa pubblica, non nel senso di *res publica*, cioè un bene comune. Non è così perché se fosse tale non potrebbe essere né venduta né comprata: (...) il Colosseo o la torre Eiffel non possono essere vendute. Una risorsa "open" invece si definisce proprio in virtù della sua circolazione"[90].

Ciò che ha separato i movimenti del *free software* e quello dell'*open source* è il significato di "ideologia". Ritroviamo qui la principale eredità dell'ideologia californiana: concepire il mercato come la realtà, non come una presa di posizione sulla realtà. Il mercato è la realtà è considerata *una tesi non ideologica*. Dire invece che il mercato è una parte della realtà è considerata *un'ideologia.* Il mercato è divertente, ha sostenuto Torvalds, perchè è *utile* e non risponde invece a nessuna religione particolare. Chi, invece, critica il mercato è giudicato negativamente sia perché non gioca - come in borsa: chi vince si diverte; sia perché evoca un partito preso - religioso, appunto. Il mercato è *efficace*, mentre la critica all'efficienza imprenditoriale è considerata massimalista, estremista e, soprattutto, improduttiva.

[90] Ippolita, *Open - ,* in *Tecnologie del dominio,* cit.: 184; cfr. Id. *Open non è free. Comunità digitali tra etica hacker e mercato globale,* Eleuthera, Milano 2005. Cfr. B. Vecchi, *La rete dall'utopia al mercato,* Manifestolibri, Roma 2015.

Questa *critica ideologica all'ideologia* accusava gli avversari del capitalismo dell'informatica di colpevolizzare gli utenti che, per il desiderio di libertà e efficienza, volevano solo usare le tecnologie acquistate sul mercato. Per Torvalds non si trattava di "rifare il mondo" ma di "apportare piccoli e puntuali miglioramenti" attraverso una presenza efficiente sul mercato.

Questo approccio era il prodotto dell'ideologia della fine della storia: siamo sempre a pochi anni di distanza dalla pubblicazione del libro omonimo di Francis Fukuyama, il concentrato della nuova egemonia: la storia è finita, ora esiste solo il mercato concepito come un eterno presente, l'eterna narrazione di se stessa al tempo della fine delle "grandi narrazioni". L'*open source* si è inserito nell'apologia del libero mercato, adattandosi agli imperativi dell'informatica di consumo, gestione e produzione. Sosteneva la richiesta di libertà da parte dei capitalisti e dei loro investitori, giustificava tale libertà come quella universale, alla portata di tutti: un populismo del mercato.

Il pragmatismo a-ideologico dell'ideologia californiana, l'ideologia del "fare", si riflette in questa corrente. Non c'è nulla di più ideologico nel dichiararsi senza ideologie e, soprattutto, pragmatici in una società dominata dal mercato. È una strategia discorsiva che punta a inferiorizzare tutti coloro che pongono perlomeno una finalità sociale al mercato e a sottrarla, in maniera opportunistica, nei casi in cui è più conveniente presentarsi come i paladini della giustizia. Il discorso *ideologico* del mercato è il frutto di un'importante invenzione politica: la trasformazione dell'idea di mercato in un movimento. Chi sostiene le ragioni del libero mercato - in quanto non ideologico, ma efficiente - può rivendicare i valori della libertà e della condivisione. Tuttavia l'"ideologia del fare", contrapposta a un'ideologia dei valori morali, non cancella le contraddizioni tra le attività politiche e quelle capitalistiche. Al contrario, è fondata su questa contraddizione e si orienta, di caso in caso, verso la definizione di nuovi conflitti.

Il *free software* ha indicato un'alternativa basata sulla libertà di creare, partecipare e condividere, sul rifiuto delle gerarchie del mercato e delle imprese. È una regola sia delle teorie cosiddette "etiche" del management del "capitale umano" sia dell'economia della condivisione (*sharing economy*[91]) che è arrivata a coniare neologismi come *coopetition,* coopetizione, ovvero cooperazione+competizione in un

[91] Cfr. T. Slee, *What's Yours Is Mine, Against the sharing economy,* Qr Books, New York 2017.

ideale *capitalismo cooperativo*[92]. Un'altra "amalgama degli opposti", la regola del populismo del mercato nel quale si inserisce anche la scena dell'economia del *low cost*, il mutualismo tra appartenenti al ceto medio impoverito e il capitalismo organizzato sui bassi salari e il superamento del lavoro dipendente subordinato[93]. Va tuttavia chiarito che il potere dei neologismi non modifica ciò che in realtà può essere la cooperazione, né cancella la ricerca di un'alternativa. C'è sempre la possibilità di fare politica. Le nuove generazioni che hanno aderito al *free software* hanno sviluppato una strategia aderendo al mercato non per convinzione, ma per ragioni pratiche, anche di sopravvivenza, e lo usano per rilanciare la condivisione e la libertà. È un rapporto strumentale, usato per valorizzare sia la loro forza lavoro che le convinzioni politiche antagoniste al mercato. Lo stesso si può dire per chi ha aderito alle pratiche della *sharing economy*, a cominciare dai fablab o dal *coworking*.

Nell'economia capitalistica c'è sempre la possibilità di un rovesciamento. Se negli anni Novanta le imprese della Silicon Valley sono riuscite a mobilitare i valori della contro-cultura per dare vita a un capitalismo capace di sfruttare la soggettività e la creatività, oggi si pratica *l'arte del judo sociale* servendosi del mercato come un sostegno della critica politica ispirata anche a quella contro-cultura[94]. L'arte del *judo sociale* permette di riflettere sul significato del concetto di "ideologia". Il conflitto tra chi "fa" e chi "crede", tipico dell'opposizione tra una cultura manageriale e una contro-cultura libertaria, non è ideologico, ma politico, storico e biografico. È il conflitto tra due generazioni di *hacker* con storie politiche diverse. La prima è nata negli anni Cinquanta e ha cercato di coniugare la libertà con valori e norme condivise. La seconda è nata dopo gli anni Settanta e ha vissuto il trionfo del libero mercato: da qui è nata l'idea di associare la libertà di programmare al paradigma della "mano invisibile". Nel primo caso l'idea di bene pubblico è il risultato della condivisione dei saperi; nel secondo caso proviene dall'iniziativa imprenditoriale e privata[95].

Da questa storia emerge la sussunzione della critica sociale nata tra gli anni Cinquanta e Sessanta da parte della retorica manageriale e liberista. Ma questo dato non esaurisce il potenziale della critica dell'ideologia californiana che rappresenta l'esemplificazione di tale sussunzione. Ogni discorso sull'"ideologia" è il risultato di

---

[92] N. Hertz, *The New Co-op Capitalism*, Daily Beast, 23 febbraio 2009. Per un'analisi della *sharing economy* e della sussunzione del cooperativismo e del mutualismo nel nuovo paradigma economico, cfr. G. Allegri- R. Ciccarelli, *Il quinto stato*, Ponte alle grazie, Milano 2013: 179-189.

[93] A.Sundararajan, *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism*, The MIT Press, Cambridge,Massachusetts 2016.

[94] M. Lallement, *L'age du faire. Hacking. Travail, anarchie,* Seuil, 2015: 400.

[95] G. Coleman, *Coding Freedom: The Ethics and Aesthetics of Hacking*, Princeton University Press, 2013.

un conflitto determinato, non è uno scontro tra principi o la constatazione di un assetto irreversibile del mercato e di una deriva anarco-liberista già scritta alla nascita dell'industria informatica. È l'espressione di un rapporto di forza che va storicizzato nei rapporti sociali di produzione, non giudicato come il segno dell'annichilimento della critica politica[96].

L'espressione di judo sociale può essere considerata come una parafrasi di quella usata, nel 1966, da Mario Tronti in *Operai e capitale*, *essere dentro e contro il capitale*, in riferimento al posizionamento politico della classe operaia. Tuttavia, vorrei invitare a riflettere come questa espressione suggestiva - *judo sociale* - sia derivata da un contesto critico più ampio e indichi una postura della critica del capitalismo *in generale*, non di un semplice scetticismo culturale rispetto alle promesse tradite di una "rivoluzione" auspicata da utopie liberali e libertarie[97]. Tale postura va considerata all'interno di una critica dell'economia capitalistica, e a partire da un posizionamento storico e persino corporea. È un'idea del conflitto: non prodotto da uno scontro colossale tra forze contrapposte, ma al contrario ottenuto dalla rotazione del corpo su sé stesso, capace di assorbire il colpo dell'avversario e scagliare la sua energia contro l'attaccante. Questa disciplina marziale è anche etica poiché permette di comprendere i limiti e la potenza di un corpo allenato alla tensione. La pratica deriva dalla comprensione materialistica della lotta politica ispirata a una filosofia dell'immanenza. Il *dentro* (immanenza nel mondo), e la maturazione di una politica *contro* (il capitale che domina il mondo) è un movimento di trasformazione compiuto da corpo del judoka sociale rispetto al conflitto in cui è inserito e rispetto ai rapporti sociali in cui è inserito e da cui si distacca per operare una trasformazione di sé e degli altri. Il dentro e del contro implicano un terzo movimento contemporaneo: quello dell'altrove determinato all'interno della stessa situazione nella quale matura il potenziale critico della lotta. L'altrove è il prodotto della combinazione irregolare del dentro e del contro, l'esito di una conflittualità non determinabile *a priori*, ma determinata a partire dalle forze a disposizione in un conflitto[98].

L'arte del judo sociale contrasta il rovesciamento politico operato dalle politiche neoliberali ai danni delle politiche dei movimenti anti-sistemici. Indica il posizionamento immanente nel capitale di forze che non sono riducibili ad esso e che,

---

[96] L. Boltanski-E. Chiappello, *Il nuovo spirito del capitalismo*, Mimesis, 2014.

[97] Cfr. E. Morozov, *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet,* Codice edizioni, Torino 2011. In alternativa, cfr. Y. Benkler, *La ricchezza della rete,* Università Bocconi, editore, Milano 2007.

[98] R. Ciccarelli, *Immanenza. Filosofia, diritto e politica della vita dal XIX al XX secolo*, Il Mulino, Bologna 2009.

ruotando su se stesse e contro se stesse, possono conquistare un'inclinazione per liberarsi dal peso dell'oppressione e praticare la leva necessaria per realizzare un salto.

9. Gli schiavi di Jefferson

Un altro capitolo della critica dell'ideologia californiana è dedicato al lavoro.

"La vita di Thomas Jefferson, una delle figure chiave degli ideologi californiani, dimostra chiaramente la doppia natura dell'individualismo liberale - scrivono Barbrook e Cameron - L'uomo che scrisse l'ispirato e poetico appello alla democrazia e alla libertà nella dichiarazione di indipendenza americana era allo stesso tempo uno dei più grossi schiavisti del paese. La ricerca del santo Graal dell'Intelligenza Artificiale rivela il desiderio del Golem - uno schiavo forte e leale la cui pelle è del colore della terra e i cui visceri sono fatti di sabbia. Gli utopisti della tecnologia fantasticano che sia possibile ricavare dalle macchine inanimate una forma di lavoro servile".

Questo potere è anche razzista:

"Come ha rilevato Hegel - scrivono Barbrook e Cameron - la tragedia dei padroni è che essi non possono sottrarsi alla dipendenza dai loro schiavi. I ricchi californiani bianchi hanno bisogno che i loro conspecifici dalla pelle più scura lavorino nelle loro fabbriche, mietano i loro raccolti, badino ai loro bambini e si occupino dei loro giardini. Incapaci di distribuire ricchezza e potere, i cittadini bianche della California possono invece trovare sollievo spirituale nel culto della tecnologia. Se gli schiavi umani sono in fin dei conti inaffidabili, sarà necessario inventare quelli meccanici".

La rappresentazione di una forza lavoro razzializzata e servile formulata da Barbrook e Cameron va allargata in primo luogo al lavoro domestico[99]. Anche questo lavoro, svolto in prevalenza dalle donne immigrate, è considerato *lavoro invisibilizzato*, non diversamente da quello svolto per secoli dalle donne e rivendicato dal movimento femminista. L'idea che i *lavoratori digitali originari* siano proprio le donne, e oggi le donne immigrate che svolgono il lavoro domestico, è sostenuta dai movimenti dei *janitors* negli Stati Uniti. Come i lavoratori digitali si occupano di fare funzionare l'economia degli algoritmi, così i *janitors* mandano avanti l'economia familiare. Entrambi sono i pulitori che tengono in ordine il sistema. E sono invisibili. Si tratta di renderli visibili attraverso percorsi politici di organizzazione e di definizione di *diritti comuni* a una forza lavoro plurale e dispersa, invisibile e sfruttata. *Justice for janitors: giustizia per i pulitori!*

[99] R. Ciccarelli, *Forza lavoro, il lato oscuro della rivoluzione digitale*, DeriveApprodi, Roma 2018. Cfr. L. Fortunati, *Automazione/robotica sociale, lavoro domestico e femminismo*, in *Automazione e teoria critica, a partire da Friedrich Pollock*, a cura di N. Emery, Mimesis, Milano 2018: 167-192. Cfr. C. Morini, *Per amore o per forza. Femminilizzazione del lavoro e biopolitiche del corpo*, Ombre Corte, Verona 2010.

Il capitalismo delle piattaforme digitali ha oggi reso universale un nuovo tipo di sfruttamento. Tuttavia, la "fantasia tecnologica" che ha realizzato è di tipo diverso rispetto a quella indicata da Barbrook e Cameron. Oggi le macchine *non* svolgono un "lavoro servile", come immaginato nel mito del Golem. Sono usate per far fare agli esseri umani un lavoro servile. I casi dei *rider* o dei micro-lavoratori digitali che realizzano "lavori servili" ne sono la prova.

L'immagine che descrive meglio questa situazione non è quella del Golem, ma quella del maestro di scacchi nano che vive nel fantoccio del turco meccanico creato da Von Kempelen per Maria Teresa d'Austria dopo la metà del Settecento. Questa immagine è stata citata da Walter Benjamin nella prima tesi sulla filosofia della storia. Per Benjamin il nano è la teologia che guida gli oppressi nella loro ricerca di riscatto. Nelle più recenti ricerche sul lavoro digitale il nano ha cambiato aspetto. Non è più la "teologia", ma la ben più materialistica *forza lavoro*. La forza lavoro è stata *invisibilizzata*, perché è nascosta come il nano in una botola. Eppure, è il motore degli algoritmi. cioè del fantoccio con le sembianze del turco meccanico.

La forza di questa immagine è presente in molte ricerche[100]: tra le numerose, e di grandi qualità, mi limito a segnalare quelle di Lily Irani e Max Silbermann sui "turchi meccanici" di Amazon[101], sul "lavoro digitale" di Trebor Scholz[102] e il suo rapporto con Karl Marx[103], Antonio Casilli sul "microlavoro digitale"[104], nelle ricerche sul diritto del lavoro digitale di Jeremias Prassl[105], Mary Gray e Siddhart Suri[106] che si occupano del "lavoro invisibile" e sulla "sottoclasse" dei lavoratori "servili" nella Silicon Valley. In questi, e altri casi, il primo movimento della ricerca è consistito nel rovesciamento della filosofia californiana, proprio come hanno fatto Engels e Marx con l'ideologia tedesca e Barbrook e Cameron con quella della Silicon Valley. L'oggetto del conflitto è: la magia dell'automazione digitale, il lavoro è finito, il

[100] Per una storia del dibattito sul lavoro digitale e il capitalismo delle piattaforme, cfr. R. Ciccarelli *Il lavoro digitale*, in Annale della Fondazione Feltrinelli, a cura di Enzo Mingione, di prossima uscita per Feltrinelli editore, Milano.

[101] L. C. Irani- M. Six Silberman, *Turkopticon: interrupting worker invisibility in amazon mechanical turk*, CHI '13, Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: 611-620, 2013.

[102] T. Scholz, a cura di, *Digital Labor,* Routledge, Londra 2012.

[103] C. Fuchs, *Digital Labor and Karl Marx*, Routledge, Londra 2014.

[104] A. Casilli, Antonio A. Casilli, *Schiavi del clic. Perché lavoriamo tutti per il nuovo capitalismo*, Milano, Feltrinelli, 2020 [trad. it. Raffaele Alberto Ventura di Id. *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*. Parigi, Editions du Seuil, 2019].

[105] J. Prassl, *Humans as a service. The promise and Perils of Work in the Gig Economy*, Oxford University Press, Oxford 2018.

[106] M. L. Gray-S. Suri, *Ghost Work: How to Stop Silicon Valley from Building a New Global*, Houghton Mifflin Harcourt, 2019.

futuro è la disoccupazione, la storia è fatta dall'Intelligenza Artificiale. Invece: il lavoro non è affatto finito, l'automazione digitale mette al lavoro le persone al di là dei concetti tradizionali di occupazione, disoccupazione, contratto di lavoro e posto di lavoro; l'Intelligenza Artificiale è nutrita dalla cooperazione con la forza lavoro. La situazione è opposta. Oggi si crea nuovo lavoro e un nuovo mercato del lavoro composto dal lavoro *on demand*, microlavoro digitale, lavoro sociale in rete, lavoro-gioco dei *prosumers*. Nella società dei controlli a distanza e della sorveglianza i mercati del lavoro, le politiche industriali e quelle pubbliche sono ibridi governati dalla logica dell'intermediazione multilaterale e della partecipazione *online* e *offline*.

Grazie a un prezioso lavoro di sminamento concettuale e di inchiesta, la critica marxiana dell'ideologia californiana è arrivata a prospettare un nuovo paradigma alternativo alla propaganda digitale che si concentra sul ruolo della tecnologia nella sostituzione del lavoro umano. Quella che ho definito *filosofia della forza lavoro* colloca invece la tecnologia e le diseguaglianze salariali in un processo storico di sostituzione del lavoro subordinato con quello precario e di "casualizzazione" dei rapporti di lavoro che dipendono dall'uso dell'automazione.

La tesi del lavoro digitale si oppone all'immagine del *popolo digitale.* Quest'ultimo è il prodotto *visibile* del sistema. I lavoratori digitali sono invece il soggetto *nascosto dal* sistema. Il popolo digitale è funzionale alla produzione. La presa di coscienza dei lavoratori digitali, e la loro organizzazione, può interrompere lo sfruttamento e imporre perlomeno il rispetto dei diritti minimi, a partire dalla propria forza lavoro, prima ancora, e indipendentemente, dall'appartenenza a un popolo nazionale o a un popolo digitale.

Su queste basi è nata una nuova generazione di lotte sociali, sindacali[107]. Da questa storia recente emerge il quadro di una forza lavoro impegnata sia nelle lotte antirazziste, sia in quelle contro le violenze sulle donne. Le lotte sono contro le espulsioni degli immigrati al confine messicano, contro i sistemi di riconoscimento facciale, contro la precarietà nelle grandi aziende della Silicon Valley, contro la gentrificazione portata dal quartiere generale di Amazon nel Queens a New York. Queste lotte sono l'effetto del rovesciamento dell'ideologia californiana e il risultato di una diffusa critica del capitalismo digitale e del suo rapporto con lo stato e la

[107] R. Ciccarelli, *Come i movimenti hanno sconfitto Amazon a New York*, Il Manifesto, 19 febbraio 2019; Id. *La rivolta nella Silicon Valley: quando i tech worker hanno compreso di essere lavoratori e cittadini del mondo*, Che Fare, 29 aprile 2019. Cfr. gli atti della conferenza *LogOut! Workers resistance within and against the platform economy*, in *Notes from below,* 8 giugno 2019, https://notesfrombelow.org/issue/logout. Per analoghe lotte in Cina, cfr. S. Pieranni, *Red flag. Il nostro futuro si scrive in Cina*, Laterza, Roma-Bari 2020, pp. 65-94.

politica dominante. Il loro riferimento non è il "popolo", né il "mercato", ma l'esistenza di rapporti sociali e di produzione in cui vivono gli attuali "schiavi di Jefferson". È questo il risultato del rovesciamento praticato da Marx e Engels: lì dove l'ideologia tedesca vedeva l'essenza umana, loro vedevano i rapporti sociali. Lì dove l'ideologia californiana vede il mito dell'automazione totale, queste lotte fanno emergere i rapporti di potere e le resistenze.

10. Che cos'è la critica

Il saggio di Barbrook e Cameron permette di definire la critica dell'ideologia (californiana, tedesca, ecc.) non solo come il falso riflesso di un'idea vera, né solo come la convinzione nell'applicazione meccanica di un potere assoluto. L'ideologia è una forma della credenza - una falsa coscienza - applicata dai subordinati e perpetuata dai dominanti, il che non esclude che anche i dominanti credano nella loro ideologia. L'ideologia è una prassi che deriva da un modo di produzione (capitalistico) ed è un prodotto sociale e politico. L'ideologia è, infine, una forza sociale e produttiva che produce discorso, immaginario, narrazione.

Funzione della critica dell'ideologia è *la presa di distanza rispetto a ciò che siamo nell'alienazione e l'apertura verso il superamento della contraddizione.* La critica restituisce il momento dell'alienazione al divenire di una storia individuale e collettiva la cui finalità resta aperta e indeterminata. Il lavoro della critica consiste nel restituire al divenire questa dimensione inconclusa, sottraendolo dalla convinzione *ideologica* che sia invece chiuso per sempre e risponda a un fondamento intrascendibile. È questo il significato della quarta tesi su Feuerbach scritta da Marx e ripresa nello scritto sull'ideologia tedesca: la presa di coscienza consiste nella *rivoluzione dell'essere umano contro ciò che è in un determinato momento, un'auto-lacerazione del soggetto alienato e il suo riposizionamento nel processo storico di trasformazione di se stesso.* La critica è la considerazione dell'alienazione come la potenza di divenire altro, non solo come la reificazione di tale potenza in un atto calcolante, efficiente e autoregolato del mercato. Il rovesciamento è una prassi politica, non solo un atto della logica. In quanto prassi, il rovesciamento non è mai unilaterale, e trasparente: è l'esito incompleto di una tendenza. È efficace quando diventa una coscienza di massa. Non lo è se resta nell'interregno il cui riferimento sociale resta una socialità generica, proprietà di un'essenza umana indeterminata, non della composizione di una soggettività storica, prodotta dalla determinazione a cambiare se stessa e il mondo di cui è espressione. L'ideologia californiana, e il populismo digitale di mercato, sono

alcune delle espressioni di questo interregno che blocca la critica. La loro comprensione come forme storicamente determinate del dominio è necessaria per staccare la soggettività da se stessa, storicizzandola come una delle forme della contraddizione in atto, non certo l'unica.

L'ultima indicazione della critica dell'ideologia californiana è che una casa si costruisce dalle fondamenta, non dal tetto. Come ha scritto Marx nell'undicesima tesi su Feuerbach: *i filosofi interpretano il mondo: ora si tratta di trasformarlo*. Le due azioni - la comprensione e la trasformazione - sono contemporanee. Concepirle separatamente significa depotenziare entrambe. Una critica è politica, e una politica è critica, quando coniugano i due momenti all'interno di un pensiero del posizionamento e una pratica delle contraddizioni che costituiscono la forma storicamente determinata dei rapporti sociali. Nell'undicesima tesi su Feuerbach ritroviamo il senso della critica dell'ideologia tedesca e, per estensione, anche di quella californiana:

"Quello che conta è che il mondo si trasformi e sia trasformato, cioè che si partecipi attivamente alla dinamica del suo cambiamento, invece di accontentarsi di osservarlo passivamente da lontano come se si trattasse di una cosa estranea, oggetto di uno spettacolo o di un semplice consumo: la trasformazione è un processo oggettivamente in corso al quale manca soltanto che ci si associ soggettivamente, vale a dire che si prenda coscienza della necessità di prendere parte a questo movimento che è lui stessi, in lui stesso, inarrestabile perché non si vede come il mondo possa finire di cambiare, e nemmeno come potrebbe finire di trasformarsi"[108].

La critica dell'ideologia californiana è uno degli strumenti di una filosofia e di una politica della forza lavoro. Questa forma della critica politica, e della politica della critica, deriva dall'idea per cui l'associazione soggettiva alla trasformazione del mondo dipenda da ciò che abbiamo in comune: la *facoltà di produrre valore d'uso incarnata nella personalità vivente e nella corporeità di ogni uomo e donna.* Questa è la definizione di *forza lavoro* data, in maniera non univoca, ma certamente decisiva, da Marx nel *Capitale*. La forza lavoro è una forza collettiva e cooperante incarnata nel soggetto e che tutti e ciascuno possono usare, in forma di facoltà agente storica, per trasformare il mondo, comprendendolo.

[108] P. Macherey, *Marx 1845: les "thèses" sur Feuerbach,* Editions Amsterdam, Parigi 2008: 232.

Sandro Mezzadra

Per la critica delle operazioni estrattive del capitale. Piattaforme digitali e cooperazione sociale*

Intervengo oggi come membro del collettivo Euronomade che da diversi anni porta avanti percorsi di ricerca e attivismo paralleli a quelli di Effimera. Intervengo anche, tuttavia, come coordinatore di un nuovo progetto europeo a cui partecipano diversi dei presenti. Questo progetto si chiama "Plus" e studia le implicazioni del capitalismo di piattaforma all'interno degli spazi urbani e nei processi di lavoro.

Comincio subito dicendo che mi pare estremamente importante il tema di questo seminario, sintetizzato da un titolo che trovo molto azzeccato: l'Enigma del Valore.

In questo seminario l'Enigma del Valore si riferisce evidentemente, in prima battuta, al Digital Labour e alle piattaforme, ma penso che vada più in generale riferito al capitalismo contemporaneo. In particolare, in modo più specifico, penso che l'Enigma del Valore debba essere affrontato in tutti gli ambiti in cui la valorizzazione e l'accumulazione del capitale non passano attraverso un rapporto di lavoro salariato. In tutti questi ambiti si presenta un Enigma del Valore analogo a quello che discutiamo oggi con un riferimento prioritario al lavoro digitale e al capitalismo di piattaforma. Pensate alla finanza. Non c'è un enigma del valore in riferimento alla gigantesca accumulazione di capitale sui mercati finanziari globali? Non si tratta di porsi il problema delle sorgenti di valore della finanza, evidentemente? E qui c'è un mio primo contributo alla discussione di oggi. Penso che per discutere di lavoro digitale e piattaforme sia ovviamente necessario far riferimento a una letteratura che si occupa in modo specialistico, e non solo dal punto di vista critico, di capitalismo delle piattaforme e appunto di lavoro digitale. Ritengo però che dobbiamo fare uno sforzo per non isolare il lavoro digitale, il capitalismo delle piattaforme dall'insieme del capitalismo contemporaneo.

È quello che io e Brett Neilson cerchiamo di fare in un libro appena uscito negli Stati Uniti che si intitola *The Politics of Operations. Excavating Contemporary Capitalism*. E' un libro in cui ci confrontiamo direttamente con la questione

* Il testo riproduce, sulla base di una sbobinatura, il mio intervento al seminario del primo giugno 2019 e mantiene quindi la forma orale. Ringrazio chi ha effettuato la sbobinatura.

dell'enigma del valore e lo facciamo assumendo e incrociando tra loro gli sviluppi all'interno di tre ambiti di azione economica: l'estrazione, la logistica, e la finanza.

In questa scelta c'è una determinazione di carattere metodologico, la convinzione cioè che oggi non sia possibile analizzare il capitalismo contemporaneo privilegiando un solo ambito di azione economica. Ciò detto, le piattaforme sono oggi senz'altro cruciali per comprendere il salto di paradigma che si è determinato negli ultimi decenni all'interno del capitalismo e molti interventi oggi lo hanno messo in evidenza.

Le piattaforme rappresentano indubbiamente un modello emergente di business e di impresa. Promuovono, guidano trasformazioni essenziali del lavoro e riorganizzano in profondità gli spazi urbani. Nella discussione di oggi sono già stati menzionati molti autori, molte autrici, molti libri. Io vorrei aggiungere il riferimento a due lavori di diversa natura, uno di un autore e uno di un collettivo, che mi sembrano particolarmente rilevanti e non li ho ancora sentito menzionare oggi. L'autore è Benedetto Vecchi che nei suoi lavori pionieristici ci ha aiutato a comprendere l'importanza del capitalismo delle piattaforme prima che diventasse un tema per tutti noi e tutte noi inaggirabile. Il collettivo si chiama "Into the Black Box" credo che molte e molti di voi lo conoscano. E' un collettivo di giovani ricercatori e ricercatrici che da oltre un anno sta portando avanti un lavoro che a me sembra straordinariamente interessante sull'insieme delle dimensioni della logistica al cui interno la stessa analisi del capitalismo delle piattaforme deve essere tra l'altro collocata.

Un secondo contributo emerge qui. Non ho sentito la parola "logistica" in tutta la discussione di oggi. Penso che sia estremamente importante mettere al centro della riflessione su lavoro digitale e capitalismo delle piattaforme proprio la logistica. Perché la stessa piattaforma come dispositivo, come forma, non è pensabile al di fuori dei nuovi scenari aperti da quella che la letteratura del management chiama "rivoluzione della logistica" tra gli anni Cinquanta e Sessanta. C'è un rapporto molto stretto tra la piattaforma e il container. Credo che sia un punto da approfondire.

Credo anche che sia importante sottolineare la rilevanza di quella che ho appena chiamato la forma del dispositivo piattaforma. Perché se ci concentriamo sui caratteri formali del dispositivo piattaforma, caratteri che sono condivisi dalle infinite piattaforme che strutturano la nostra vita, cogliamo molto bene la tendenza del capitale contemporaneo a cancellare, o quantomeno a rendere problematica, la distinzione tra azione economica e azione politica. Le piattaforme si pongono, lo accennava Roberto

Ciccarelli poco fa, come dispositivi di governo. Esercitano, cito anche io Foucault, una condotta di condotte.

In uno dei libri più importanti pubblicati recentemente sull'argomento, un libro che si intitola *The Stack. On Software and Sovereignty*, Benjamin H. Bratton insiste proprio sulla natura e sugli effetti direttamente politici della piattaforma. "In questione non è qui", scrive Bratton, "soltanto un nuovo modo per gli Stati di operare o un nuovo insieme di tecnologie che richiedono di essere governate; siamo piuttosto di fronte a una scala tecnologica che arriva ad assorbire funzioni dello Stato e il lavoro governamentale", fino a determinare quello che Bratton chiama in modo provocatorio e convincente l'emergere di un "tipo specifico di sovranità di piattaforma". Lungi dall'operare in base a norme fisse che essa stessa fonda e rinnova in condizioni di eccezione, secondo il modello schmittiano della sovranità, la sovranità di piattaforma si nutre dell'indeterminazione. Le piattaforme sono secondo Bratton "meccanismi generativi, motori che stabiliscono i termini della partecipazione secondo protocolli fissi (ad esempio protocolli tecnici, discorsivi, formali) ma acquisiscono dimensione e forza attraverso la mediazione di interazioni non pianificate e non pianificabili".

Ecco, questa è quella che chiamo la forma piattaforma. Ed è evidente che, se guardiamo alle piattaforme da questo angolo visuale, emerge in piena luce l'implicazione della piattaforma nel campo della produzione di soggettività e della attività governamentale interpretata appunto con Foucault, in modo assolutamente materiale, come "condotta di condotte".

Le piattaforme gestiscono pluralità e differenze secondo modalità selettive e flessibili. Credo che sia un punto molto importante. Dobbiamo guardare alle piattaforme anche secondo una prospettiva direttamente politica. In ogni caso le piattaforme, nelle diverse forme che assumono, pubblicitarie di prodotti, snelle, industriali eccetera, guidano oggi la stessa trasformazione della finanza e dell'industria. Pensate all'High Frequency Trading algoritmico o all'industria 4.0 senza dimenticare, in ogni caso, che le piattaforme hanno una presenza sempre più pervasiva nella vita dei singoli. Parlare di piattaforme significa poi parlare di algoritmi. Gli algoritmi sono, per così dire, il motore della piattaforma. Lo ha spiegato in modo molto preciso Carlo Vercellone questa mattina. L'algoritmo funziona come un dispositivo estrattivo, e la materia prima con cui lavorano le piattaforme sono i dati.

Qui evidentemente si pone il problema, di nuovo accennato in particolare da Roberto Ciccarelli ma anche da Antonio Casilli questa mattina, della composizione dei profili e del cambiamento radicale di significato che ha una categoria classica del liberalismo come la privacy. Dunque, l'algoritmo come dispositivo estrattivo, le piattaforme nel loro insieme come piattaforme estrattive. Badate bene, è un punto su cui c'è un ampio accordo nella letteratura sul capitalismo di piattaforma. Che le piattaforme funzionino secondo modalità estrattive e che i dati siano il nuovo petrolio, la nuova materia prima, è un'acquisizione da diversi anni data per scontata nel dibattito attorno a questi temi. Penso ai lavori di Trebor Scholz o di Nick Srnicek che sono, per altro, diversamente orientati ma assumono entrambi questa definizione delle piattaforme come piattaforme estrattive come punto di partenza. Una volta affermato questo punto si tratta dunque di qualificarlo, e il modo in cui io e Brett Neilson tentiamo di qualificare questo punto è collocare la natura estrattiva delle piattaforme all'interno di una analisi più generale del capitalismo contemporaneo in cui gioca un ruolo importante una categoria "allargata" (non meramente letterale) di estrazione.

Anche qui credo dunque che sia estremamente importante portare l'analisi oltre il lavoro digitale, oltre il capitalismo delle piattaforme per potere meglio comprenderli. Io e Brett Neilson partiamo ad esempio dall'assumere la grande diffusione di metafore estrattive, minerarie, come *data-mining*, interpretandola come un sintomo di trasformazioni più generali. Tale diffusione è per noi in altre parole un sintomo della diffusione di modalità operative estrattive all'interno del capitalismo contemporaneo oltre il settore estrattivo primario, ma anche al di là del semplice riferimento esclusivo all'estrattivismo digitale. Cerchiamo dunque, nel libro che ho in precedenza ricordato, di proporre una definizione estensiva di estrazione.

Ciò è necessario per definire, tra l'altro, il quadro generale al cui interno operano oggi le piattaforme. Come già ho detto, la nostra analisi si concentra sull'estrazione, e in particolare sulle nuove frontiere dell'estrazione che sono tra l'altro collegate a doppio filo ai processi di digitalizzazione, come ha ben spiegato Carlo Vercellone questa mattina, sulla logistica e sulla finanza.

Quel che cerchiamo di mostrare è come le operazioni contemporanee del capitale, non soltanto nell'ambito estrattivo in senso letterale, ma anche nella logistica e nella finanza, abbiano sempre più marcatamente caratteri estrattivi. Guardando la logistica,

in particolare, ci soffermiamo sul modo in cui funzionano le *supply chains*, le catene di fornitura, e su come operano all'interno di queste catene giganti come Walmart e Amazon. Queste imprese presidiano in modo oligopolistico intere sezioni delle *supply chains*, per estrarre direttamente valore da un eterogeneo ambiente produttivo, rispetto a cui occupano una posizione esterna.

E qualcosa di molto simile accade sempre più spesso in agricoltura, dove le analisi della cosiddetta *retailing revolution* mettono in evidenza le enormi pressioni che i giganti della distribuzione esercitano sugli ambienti produttivi agricoli. Di nuovo, questi giganti della distribuzione (come ad esempio Carrefour) si pongono in una posizione esterna rispetto agli ambienti produttivi eterogenei e sfruttano, da cui estraggono valore.

Proponiamo una tesi analoga a proposito della finanza. Avrei bisogno di molto più tempo per poterla articolare compiutamente, ma basti dire che la nostra analisi muove dalla ripresa di un passaggio marxiano sul capitale finanziario, sul capitale "portatore di interesse", nel III libro del *Capitale*. Certo, Marx aveva a che fare con un capitale finanziario totalmente diverso da quello con cui abbiamo a che fare noi oggi, e tuttavia ci sono alcuni passaggi analitici nella sua opera che sono assolutamente illuminanti se riusciamo a definire l'insieme delle mediazioni che ci permettono di applicarli al nostro presente.

Uno di questi passaggi è quello in cui Marx definisce il capitale finanziario come una gigantesca accumulazione di "titoli e pretese" sulla produzione futura. Ecco allora che lo stesso rapporto di debito che è caratteristico del mondo della finanza, e su cui molto è stato scritto negli ultimi anni, viene qualificato in modo estremamente interessante, nel senso che una volta contratto un debito, una proletaria, un proletario, viene a trovarsi in un rapporto con chi detiene un titolo sulla sua produzione futura. Il contenuto del debito, evidentemente, è allora la coazione al lavoro per ripagare il debito stesso.

Proiettate queste poche battute all'interno di una società come quella in cui viviamo, sempre più segnata dalla diffusione della logica del debito, e a emergere è un'immagine per cui la fonte di valore essenziale della finanza non è altro che la cooperazione sociale – una cooperazione sociale tanto astratta da non avere ancora avuto luogo, da essere rimandata al futuro ma in qualche modo prefigurata dalla

finanza stessa. Quest'ultima si pone nuovamente in una posizione esterna rispetto a questa cooperazione sociale da cui estrae valore.

La nostra tesi è che operazioni estrattive come quelle che ho molto brevemente evocato in riferimento alla logistica e alla finanza, giochino oggi un ruolo determinante nell'articolazione di quello che con Marx possiamo chiamare il capitale complessivo. Questo non significa che il capitalismo contemporaneo si riduca alle sole dimensioni estrattive. Non proponiamo una riduzione alle dimensioni estrattive dell'intero capitalismo contemporaneo, parliamo piuttosto di un capitalismo contemporaneo in cui operazioni estrattive sono in posizione di comando rispetto a quella che possiamo chiamare la composizione del capitale complessivo. E questo, evidentemente, ha delle implicazioni di primo piano non solo per il capitale complessivo, ma anche e soprattutto per la composizione e per l'esperienza soggettiva del lavoro vivo, del lavoro comandato e sfruttato, che poi è l'unica cosa che ci interessa davvero.

Dunque, come ho accennato a proposito della logistica e in particolare della finanza, a questa caratterizzazione vieppiù estrattiva del capitale contemporaneo, corrisponde l'emergere della cooperazione sociale come forza produttiva essenziale nel capitalismo contemporaneo. Forza produttiva essenziale e terreno decisivo di lotta, di organizzazione, di antagonismo.

Tuttavia, bisogna anche sottolineare che questa cooperazione è ben lungi dal presentarsi come organicamente già costituita. Al contrario è attraversata e divisa da gerarchie e differenze, rispetto a cui razza e genere giocano un ruolo fondamentale. Da questo punto di vista ritengo molto importante la conclusione dell'intervento di Roberto Ciccarelli.

La cooperazione si presenta come attraversata e divisa da gerarchie e differenze di razza, di genere e di altro tipo, ed è tecnicamente organizzata in modo da valorizzarla e mistificarla al tempo stesso.

Si è parlato molto oggi del "turco meccanico" di Amazon. Vorrei aggiungere qualcosa a proposito della modalità in cui il lavoro è organizzato all'interno del "turco meccanico", perché questa modalità è, secondo me, paradigmatica: ci dice qualcosa che non ha a che fare soltanto con il modo in cui funziona Amazon Mechanical Turk,

ma piuttosto ci permette di comprendere aspetti fondamentali della condizione del lavoro vivo oggi.

Come sapete i compiti che vengono richiesti al "turco meccanico" dai committenti, che sono significativamente chiamati "human intelligence tasks", compiti di intelligenza umana, generano un *workflow*, un flusso di lavoro in cui la partecipazione dei singoli lavoratori e delle singole lavoratrici è sincronizzata, valutata e gestita da un sistema algoritmico di controllo. Questo sistema algoritmico amministra il gap tra il *workflow*, il flusso di lavoro ovvero la natura cooperativa del lavoro, la cooperazione, e il contributo dei lavoratori e delle lavoratrici come singoli: il loro lavoro vivo incarnato, che è del tutto subordinato alla continuità e alla produttività del flusso.

Ogni operazione di management algoritmico esegue così una doppia astrazione del lavoro, da una parte astraendo specifici compiti dall'esperienza incarnata del singolo lavoratore e cancellandone la soggettività all'interno del flusso, dall'altra riproducendo in modo frammentario ma cogente la misura del lavoro astratto come griglia normativa per la valutazione e la remunerazione dell'attività umana.

Ora, qui si aprirebbero molti problemi. Dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro voi sapete che si parla spesso di un taylorismo digitale. Mi limito a menzionare alcune questioni perché non ho più tempo e penso che sia importante che ci sia discussione.

Quindi, taylorismo digitale?

Io credo che le discontinuità con il taylorismo siano altrettanto marcate delle continuità, che pure ci sono e che si possono osservare in particolare e specifici luoghi di lavoro, come ad esempio i magazzini della logistica. Ma poi, se avete seguito la sintetica descrizione dell'organizzazione del lavoro all'interno del "turco meccanico" di Amazon, è evidente che lì si pone un problema che potremmo definire anche di alienazione. Alienazione nella misura in cui il singolo lavoratore, la singola lavoratrice è tagliata fuori dall'accesso al flusso cooperativo che tuttavia senza di lui, senza di lei, semplicemente non esisterebbe.

Sono questioni estremamente importanti su cui credo che sia necessario approfondire e proseguire la discussione. Io sono convinto che questo scarto, questa sconnessione tra cooperazione sociale e lavoro vivo incarnato, sia, in termini

naturalmente molto astratti, il principale problema politico di fronte a cui ci troviamo noi oggi.

Potremmo definire come orizzonte generale dell'azione politica oggi la riappropriazione da parte del lavoro vivo, delle condizioni materiali della cooperazione. È qualcosa che somiglia molto, sempre in termini molto generali, a quello che il Marx maturo immaginava fosse il comunismo.

Emiliana Armano, Daniela Leonardi, Annalisa Murgia

L'ambivalenza della connettività dentro la macchina digitale. Una conricerca su soggettività e resistenza nel lavoro di piattaforma

Introduzione

Questo scritto si basa sul nostro contributo al convegno 'Enigma del valore' e prova a dialogare con alcune delle piste di ricerca emerse durante quella giornata di studio. Il tentativo è, dunque, quello di contribuire al dibattito su piattaforme digitali e produzione di valore, con l'obiettivo di ripensare euristicamente e di ricategorizzare gli strumenti di analisi attraverso la condivisione di una conricerca sul lavoro di piattaforma e sul particolare caso dei rider. In sintesi, il nostro focus è sulla connettività digitale intesa come combinazione attiva tra la macchina digitale e il vivente, e sulla possibilità che essa, rovesciata di segno, possa costituire un ambito di possibile auto-organizzazione. Una volta inquadrato il problema a livello teorico, analizzeremo l'emergere della *gig economy* come terreno potenziale di defeticizzazione della connettività prodotta con la macchina digitale e in cui sono incorporate possibili forme di riappropriazione. Tale processo si dà nella trasformazione da spazio astratto territorializzato dagli algoritmi a spazio concreto di lotta, intendendo dunque l'esplorazione della connettività digitale come network di mobilitazione. A questo proposito ci soffermeremo sulla esperienza di precarietà sperimentata dai *platform workers* individuando le tracce di una possibile ricomposizione politica.

1. Quadro teorico: il vivente, la macchina digitale e l'ambivalenza della connettività

Il punto di partenza del dibattito a cui facciamo riferimento è quello sulle 'macchine digitali', ovvero l'insieme eterogeneo di studi che guardano al mondo delle

tecnologie operanti in rete che hanno la caratteristica di rimedializzare (Bolton e Grusin, 1999) le relazioni sociali, sia nell'ambito della produzione che della riproduzione sociale e del consumo. A questo proposito, entrando nello specifico delle piattaforme digitali, una recente analisi (Ekbia e Nardi, 2015) ha coniato il termine *eteromazione* per descrivere l'attuale rapporto tra umano e macchina, in cui l'operare umano diviene una appendice prestazionale subordinata all'organizzazione algoritmica della macchina. In questa prospettiva, a differenza del dibattito sulla automazione in cui si discute della sostituzione e tendenzialmente dell'eliminazione dell'agente umano, si dà dunque come presupposto che l'attività umana sia ancora necessaria.

Nel *Frammento sulle macchine* dei *Grundrisse*, Karl Marx mette l'accento sulla metamorfosi del mezzo di lavoro, sottolineando il potere estraneo esercitato da un sistema produttivo oggettivato che si appropria del lavoro vivo e riduce l'attività a semplice astrazione di attività (Marx, 2011 [1857-1861]). L'essere umano non è più parte attiva che comanda la macchina – lo strumento di produzione – ma è ridotto a una appendice della macchina, che possiede una propria anima nei dispositivi in essa operanti. La macchina, così intesa, diviene centrale solo a partire dai primi del Novecento, ed è nell'epoca fordista, con la produzione di massa, che raggiunge la sua massima diffusione, restando a tutt'oggi centrale per il capitale in termini economici e politici, per il controllo su produttività e performatività. La macchina digitale permette, infatti, a scala globale, di socializzare il lavoro e l'attività, in una organizzazione che tende a controllare posture, tempi e saperi.

Gli studi critici sul capitalismo cognitivo hanno prestato particolare attenzione alla questione della crisi del valore (Vercellone, 2019[109]; Corsani, forthcoming 2020), inteso anche come sistema estrattivo (Mezzadra, 2019[110]), ma nel dibattito attuale, salvo poche eccezioni (si veda Fumagalli, 2016 e con un peculiare approccio Lazzarato, 2019) il concetto di macchina è restato a margine, talvolta sullo sfondo. Prendendo spunto da alcune ipotesi formulate tra gli anni Ottanta e l'inizio degli anni Duemila da Romano Alquati (1989, 1993, 1994, 1997, 2000, 2001), proponiamo una nozione di macchina in base alla sua funzione e alla specifica fase storica. Non,

[109] Vedi l'articolo di Carlo Vercellone in questo e book
[110] Per la discussione sul modello estrattivista rimandiamo all'intervento di Sandro Mezzadra in questo e-book

dunque, un oggetto meccanico, ma piuttosto un oggetto logico capace di mediare i processi di valorizzazione e socializzazione capitalistica. La prima implicazione di tale nozione, a differenza della impostazione marxista ortodossa che legge la macchina come capitale fisso non produttivo di valore, è che la macchina così intesa – in quanto oggetto di mediazione con il lavoro – è capace di co-produrre valore (Alquati, 2001). Nel discorso alquatiano il prefisso *co-* ha un ruolo cruciale[111]. La macchina, infatti, non produce valore di per sé, ma esiste solo in combinazione con l'organizzazione scientifica che socializza il lavoro e l'attività umana che può produrre valore. Essa si caratterizza inoltre per la sua complessità interna (Alquati, 2001: 189), articolandosi in diverse componenti: motore, utensile, algoritmo, memoria e interfaccia. Il motore attiva e distribuisce l'energia lungo la macchina, l'utensile è la propaggine che trasforma tecnicamente la 'materia prima' che può essere materiale, fisica, informativa, ma anche mentale o relazionale. L'algoritmo è il programma costituito dall'insieme (più o meno complesso) di istruzioni (sequenze) che la macchina può compiere sulla base di una certa memoria. Infine, l'interfaccia è la componente della macchina che permette all'umano di interagire con (non di controllare) la macchina. Riprendere questa concettualizzazione appare oggi a nostro avviso di estremo interesse per fondare una teoria della macchina come oggetto logico, nel passaggio dalle macchine di tipo meccanico e seriale, a quelle macchine informatiche di prima generazione, fino a quelle di tipo digitale avanzato, cognitivo e affettivo. Oggi le tecnologie digitali arrivano infatti a tracciare nello spazio i corpi, i movimenti dei corpi, le intenzioni dei corpi, le attese e i desideri dei corpi con una codificazione e misurazione di una precisione fino a pochi anni fa impensabile (Moore, 2018).

In questo contributo, informato empiricamente dall'attuale lavoro sulle piattaforme digitali, ci interessa riflettere soprattutto su due componenti della macchina digitale: l'algoritmo e l'interfaccia. Dell'algoritmo si sente molto discutere in quanto cuore della macchina digitale (Cardon, 2015; Finn, 2018). Secondo Andrea Fumagalli (2016), che a tal proposito ha parlato di un nuovo concetto di macchina, se un algoritmo è un procedimento che risolve un determinato problema attraverso un numero univoco e finito di passi elementari, esso è uno strumento in primo luogo di

[111] Sul concetto di co-produttività della macchina, Alquati si è soffermato nelle Dispense di Sociologia Industriale, un suo testo molto denso che risale al 1989 (pag. 280).

codificazione linguistica che consente l'estensione dell'applicazione della nozione di calcolabilità. L'ipotesi teorica che proponiamo assume che l'algoritmo, per potersi attivare, debba essere integrato relazionalmente mediante la *combinazione attiva* (Alquati, 1994: 24; 2001) con la *capacità umana vivente*. La combinazione attiva (Alquati, 1989; Alquati, Pentenero e Wessberg, 1994) collega la capacità umana vivente con le procedure codificate nell'algoritmo e permette dunque alla macchina digitale di riprodursi o – detto in linguaggio deleuziano – consiste nell'*agencement* [concatenamento] tra il linguaggio del vivente e quello della macchina digitale (Deleuze e Guattari, 1980; Gherardi, 2016). La combinazione attiva tende oggi a essere sempre più pervasiva, in modo differenziato e diversificato, e a strutturare diverse attività produttive e riproduttive, dal lavoro (sempre più digitalizzato) a quelle sui social media. Ovunque c'è qualcuno che usa una app o una piattaforma c'è combinazione attiva. In questi termini, la combinazione attiva non solo è parte del processo di estrazione del valore, ma modella al contempo la stessa soggettività. Il punto qualificante di tale lettura è, infatti, non solo un'attenzione alla dimensione tecnologica del capitalismo digitale, ma piuttosto alla dimensione relazionale e organizzativa, ai fenomeni di connessione/disconnessione e alle ambivalenze della connettività e della produzione della soggettività del soggetto neoliberale (Armano, Murgia e Teli, 2017; Coin e Marrone, 2018).

Il modello sociale che si è progressivamente affermato (Crary, 2015) attraverso l'emergere delle piattaforme digitali (Snircek, 2016) consente di sussumere relazioni, attività e spazi in merci per il mercato, e di rendere possibili società sempre 'connesse', in cui produzione, consumo e servizi sono sempre a disposizione (24 ore su 24, 7 giorni su 7) e in cui gli spazi e i tempi di lavoro si intrecciano con altri ambiti di vita sino a diventare da essi inseparabili. In questo processo, la connettività struttura in maniera ambivalente la società digitale (Leonardi et al., 2019). Da un lato, infatti, nell'immaginario neoliberale evoca un mondo desiderabile, si presenta come potenza liberatoria, enfatizza le dimensioni di immediatezza, velocità e flusso, mostra la 'conoscenza' come sempre più accessibile e fornisce apparentemente maggiori gradi di autonomia ai soggetti, dando loro la possibilità di costruire relazioni e contatti al di là dei tradizionali vincoli di tempo e di spazio. Dall'altro lato, tuttavia, è proprio la connettività ubiquitaria, la possibilità potenziale di 'esserci sempre', che comporta

l'indistinzione tra tempi e spazi di vita e di lavoro, tra relazioni personali e rapporti professionali, inglobando una forma di controllo differente e più intensa sul lavoro e sulla vita, che non è più esterna, ma introiettata e dunque estendibile all'infinito. Ed è proprio questa ambivalenza a rendere attrattiva e insidiosa la connettività e la macchina digitale, la quale – diversamente dalla macchina tipica del fordismo – non rende immediatamente riconoscibile il suo potere disciplinare, proprio perché il soggetto è disciplinato della produzione, ma è anche un attore che si percepisce agire con 'creatività' e 'autonomia'. Il punto su cui riflettere in relazione alla digitalizzazione è allora sia quello delle condizioni di lavoro degli spazi contrattualizzati e del disciplinamento e intensificazione dei processi, ma anche (e soprattutto) della formazione della soggettività macchinica (Alquati, 1994) che dà linfa e rilancio continuo al capitalismo digitale.



Lo smartphone e le app sono i dispositivi di interfaccia della macchina digitale che connettono e combinano in modo attivo le informazioni disponibili in rete con forme di rilevazione e controllo algoritmiche relative agli spostamenti nello spazio metropolitano. Essi si configurano quindi come l'interfaccia della macchina digitale che connette la capacità umana in una socialità mediata attraverso rappresentazioni codificate del sé, in un "gioco" interattivo di simulazioni dell'identità e della socialità

il cui meccanismo centrale è la rilevazione e la misurazione continua del capitale reputazionale (Gandini, 2016), imprescindibile per il funzionamento delle piattaforme digitali. In questi sistemi di rilevamento automatico per ottenere i migliori punteggi occorre infatti diventare più performanti possibile e saper stare in bilico tra *expression and expropriation* (Huws, 2010), in una sorta di spettacolo interattivo (Briziarelli, Armano, 2017) e di riproduzione estetica del capitalismo (Codeluppi, 2007). Lo smartphone, da questo punto di vista – in quanto interfaccia della macchina digitale – diventa capace di produrre soggettività macchinica. Nel connettere costantemente i soggetti e nel mostrare quanto la loro performance – quale che sia – sia più o meno gradita, essa li rende infatti vulnerabili, arrendevoli al conteggio dei *like* e al pensiero per lo più replicativo di ciò che è atteso, in un sistema di relazioni medializzate riducibili alla logica del rating e del ranking.

2. Il caso Foodora: soggettività e resistenza

Come abbiamo sinora delineato, all'interno del dibattito sul *platform capitalism* la questione dell'interazione umana è centrale: le macchine digitali richiedono la presenza di attività e interazioni umane, le più varie, che concorrono e rendono possibile il lavoro effettivamente remunerato. All'interno di questo quadro – e alla luce di una conricerca condotta con i rider torinesi – in questo contributo ci interroghiamo sui meccanismi attraverso cui il lavoro svolto tramite app trasforma sia le condizioni che le soggettività dei/lle lavoratori/trici. D'altra parte, ci interessa riflettere e mettere in luce le modalità di resistenza, di neo-cooperazione e, prima ancora, di socialità che sono emerse all'interno di questa particolare comunità.

Per affrontare tali domande di ricerca abbiamo scelto di concentrarci sulla piattaforma Foodora, acquisita da Glovo a fine 2018, come specifico caso all'interno dei più ampi processi di digitalizzazione e platformizzazione del lavoro, inclusa la proliferazione dei lavori di digitalizzati di tipo crowd e task (Casilli, 2019). Così come altre app di consegna di pasti (Deliveroo, UberEats, ecc.), Foodora combina il settore logistico (delle consegne) al settore dei servizi (ristorazione) e all'economia delle piattaforme (Tassinari e Maccarrone, 2017). L'azienda, ora non più presente in Italia, faceva parte del parco delle multinazionali del Food Delivery (Glovo, Deliveroo, Just

Eat, Foodora, Ubereats) che copre un considerevole giro d'affari e si basa sull'utilizzo di una piattaforma online attraverso cui vengono gestiti i lavoratori, rappresentati da fattorini in bicicletta che consegnano a domicilio piatti dei ristoranti locali. I rider – i quali lavorano con contratti di tipo autonomo – accedono al loro (potenziale) lavoro 'loggandosi' sul proprio cellulare a una applicazione smartphone e, una volta connessi, le consegne vengono loro assegnate in modo automatico da un algoritmo.

L'analisi sul campo è stata realizzata attraverso un processo di conricerca (Alquati, 1993) condotto da Daniela Leonardi, iniziato a settembre 2016 e ancora in corso, in cui sono stati realizzati sia focus group che interviste in profondità, entrambi con giovani rider della sede torinese di Foodora. L'analisi, che indaga il nesso tra rappresentazioni intersoggettive e nuove forme di organizzazione all'interno di Foodora, è stata realizzata nel contesto dell'impegno più ampio a favore della ricerca militante sulle piattaforme[112].

Come evidenziato nella sezione precedente, da un punto di vista teorico abbiamo ipotizzato che nel capitalismo delle piattaforme l'attenzione vada posta non tanto, o non solo, sulla dimensione tecnologica, quanto piuttosto sulla questione relazionale, in particolare sulla logica della connessione/disconnessione e sulle ambivalenze della connettività e della produzione della soggettività del soggetto neoliberale come aspetti che caratterizzano strutturalmente le relazioni all'interno del capitalismo di piattaforma. In questo senso, ci interessa comprendere come la vita sociale e il lavoro vengano riterritorializzati nello spazio intermedio della connettività mediato dalle piattaforme.

A livello metodologico, l'accesso al campo ha visto la partecipazione osservante in varie situazioni, quali le assemblee pubbliche dei rider, ma anche alcuni momenti di informalità e le mobilitazioni auto-organizzate. I protagonisti dell'inchiesta sono infatti, nello specifico, i rider che hanno preso parte alle mobilitazioni. Il materiale empirico raccolto è costituito sia da focus group che da interviste in profondità, che si sono focalizzati sulle esperienze lavorative quotidiane e sui percorsi biografici e

[112] L'analisi è stata parzialmente condotta all'interno del progetto di ricerca 'SHARE - Seizing the Hybrid Areas of Work by Re-presing Self-Employment' (Grant Agreement n. 715950), finanziato dal dallo European Research Council nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea.

professionali. La ricerca è stata concepita come una conricerca, cioè come un processo collettivo di produzione di saperi e capacità d'agire tramite l'interazione e la condivisione di esperienze. Le narrazioni emerse sono dunque strumenti per rendere visibili le diverse prassi soggettive per affrontare le contraddizioni e i conflitti vissuti quotidianamente dai soggetti.

2.1. Essere sempre connessi: riterritorializzati tra il virtuale e il reale

Un primo aspetto su cui ci siamo confrontate con i rider riguarda l'uso dell'applicazione e altri elementi apparentemente non inerenti alla dimensione tecnologica. In particolare, si è discusso del funzionamento dell'algoritmo, attraverso cui vengono raccolti dati relativi alla quantità di ordini eseguita, le velocità medie tenute, la rapidità nell'accettare l'ordine, su cui di fatto non si può intervenire in termini di gestione. Il processo di lavoro, e soprattutto la performance lavorativa, appaiono dunque monitorati costantemente dall'algoritmo, che elabora in modo sistematico anche le valutazioni effettuate dai clienti. Significativo a questo proposito è il caso di un lavoratore estremamente performante a cui sono sempre assegnate le consegne più lontane. Quando chiede spiegazioni al responsabile, egli lo invita ad andare più lentamente in bicicletta perché non può intervenire sui calcoli effettuati dall'algoritmo. L'algoritmo, infatti, proprio in virtù delle sue ottime performance, gli assegna le consegne più lontane: un chiaro esempio di 'cottimo digitale'.

Il referente umano entra invece in gioco in modo determinante per quanto riguarda il meccanismo di assegnazione dei turni, che è altamente discrezionale e si fonda su dinamiche non molto diverse dai lavori non mediati da piattaforme.

> *Ero in buoni rapporti con il responsabile dei turni, sapeva che ero sempre disponibile e quando era nella merda mi chiamava perché aveva bisogno, e quindi poi cercava di darmi i turni che chiedevo. Trattamento che non era riservato a tutti e soprattutto non era riservato a coloro che non riuscivano ad avere un rapporto con quella persona un po' confidenziale e intimo... è una questione di rapporti personali [27 anni].*

> *Dipende da quanto stai simpatico a chi fa i turni... [20 anni].*

L'apparente impersonalità e la non intellegibilità dell'algoritmo si compenetra dunque con l'opacità del sistema di assegnazione dei turni usato dai responsabili, in un processo di progressiva riduzione di agency dei lavoratori, che si trovano a non avere alcuno strumento di negoziazione delle proprie condizioni di lavoro.

2.2. La retorica della flessibilità come opportunità

Un secondo tema che abbiamo discusso con tutti i soggetti coinvolti nella ricerca riguarda le motivazioni che spingono a candidarsi per lavorare per Foodora, che sono incentrate su una supposta flessibilità[113], il poter cominciare il lavoro senza barriere di selezione all'entrata e il poter lavorare 'quando si vuole'. Nell'esperienza dei/lle partecipanti alla ricerca, però, la possibilità di gestire la flessibilità a proprio vantaggio si rivela illusoria. La flessibilità si traduce ben presto in disponibilità continua richiesta dall'impresa, con un problema di sottrazione del proprio tempo, anche quando non si lavora erogando la prestazione richiesta. Da un lato, dunque, la sottrazione di tempi di vita, dall'altra un tempo vuoto, di disponibilità forzata, che viene messo a valore alimentando le aree del lavoro gratuito. Infatti, se i lavoratori sono per strada senza alcun ordine di consegna sono comunque presenti e visibili. Il tempo scorre davanti al display dello smartphone, ma si tratta di un tempo di attesa e disponibilità che non è un tempo proprio, dal momento che viene trascorso nello svolgere la funzione di 'pubblicità vivente' per la piattaforma. In altri casi, le richieste di lavoro gratuito sono del tutto esplicite, come accade quando vi sono delle promozioni rivolte ai clienti, in cui bisogna ad esempio passare dall'ufficio a prendere delle birre omaggio da consegnare, senza che questo venga riconosciuto in termini di tempo o retribuzione.

La disponibilità continua è inoltre dovuta al fatto che l'azienda conferma i turni con soli 2-3 giorni di anticipo, e questo fa sì che i rider non riescano a organizzare il proprio tempo libero, oltre che quello di lavoro.

[113] Sarah Abdelnour e Sophie Bernard (2019), indagando le possibili forme di resistenza collettiva, descrivono come *falsa indipendenza* la condizione dei lavoratori delle piattaforme, con particolare riferimento agli autisti di Uber.

Quando uno dà la disponibilità, e in genere né da tante, non è che si prende altri impegni, quindi diciamo che Foodora si piglia anche quel tempo in cui tu hai dato la disponibilità perché ovviamente non vai al cinema, non fai altri lavori [25 anni].

Nonostante siano presenti diverse forme di micro-resistenza alla disponibilità costante al lavoro, i margini di autonomia sono molto limitati nella quotidianità lavorativa, soprattutto per la facilità con cui i responsabili possono non assegnare alcun turno, come è accaduto alle persone con cui abbiamo parlato e che si erano esposte maggiormente nelle mobilitazioni.

Quando abbiamo iniziato a lamentarci, con toni più o meno accesi, sono venute fuori delle punizioni individuali che andavano dalla sospensione temporanea, dal banno di quella chat, quindi dall'essere tagliati fuori dall'unico canale di comunicazione con tutta l'azienda e i colleghi, al taglio turni per 1-2 giorni. […] Ogni volta che siamo stati estromessi dalla chat poi sono derivati blocchi dei turni. Quindi è come se dicessero: "Tu non puoi più parlare e non puoi neanche più lavorare, e che sia da esempio" [20 anni].

È così che la semplice disconnessione del profilo dalla piattaforma aziendale prende il posto del licenziamento evitando in questo modo tutto il sistema di garanzie e tutele del lavoro, per quanto sempre meno esercitabili anche in altri tipi di lavoro.

2.3 L'algoritmo come campo di battaglia: modalità di resistenza



Dal quadro finora descritto, durante la conricerca è emerso come centrale il tema dell'ambivalenza della connettività e della possibilità di costruire forme collettive di resistenza. È innanzitutto interessante sottolineare il fatto che i rider che hanno partecipato alla ricerca si sono conosciuti prima virtualmente – entrando a far parte, al momento dell'assunzione, di una chat aziendale istituita dai responsabili – e solo successivamente si sono conosciuti di persona. Il primo passo per la costruzione delle mobilitazioni è stato infatti costruire una chat con tutti i contatti dei lavoratori, da cui sono invece stati estromessi i responsabili.

> *Abbiamo creato il gruppo che si chiamava 'Foodora rimborso danni', che si basava sul cercare di ottenere qualche rimborso per quanto riguardava la manutenzione delle bici, è da lì che poi è sfociato tutto [25 anni].*

L'esigenza di costruzione di comunità è nata dunque da una rivendicazione estremamente semplice: chiedere all'azienda di farsi carico delle manutenzioni delle biciclette. I mezzi di trasporto, infatti, così come i cellulari, non sono forniti dall'azienda. Da queste richieste, ci raccontano, è iniziata l'organizzazione delle prime assemblee e sono iniziate le prime pratiche di mutualismo e lotta utili a rafforzare il percorso verso forme di mobilitazione, che hanno visto come centrale la riappropriazione degli strumenti tecnologici da parte dei/lle lavoratori/trici.

3. Riflessioni conclusive

Sulla base delle argomentazioni presentate, ci sembra importante descrivere le piattaforme digitali anzitutto come macchine digitali capaci di eteromazione, in cui l'azione dell'agente umano è strutturata in modo tale da essere tendenzialmente dominata dalla tecnologia della connettività algoritmica. Sarebbe però un errore leggere la connettività consentita dalle piattaforme digitali cogliendone unicamente la dimensione di disciplinamento, perché sminuirebbe la loro potenza, che sta proprio nel loro carattere ambivalente. Per tale ragione è a nostro avviso necessario impostare la riflessione considerando la trama connettiva e relazionale oltreché tecnologica in cui si situa in maniera interstiziale la cooperazione sociale e produttiva, dalla quale ha origine la produzione dei processi di soggettivazione. In questa prospettiva, la

funzione di intermediazione delle piattaforme non si basa meramente su di un fatto tecnologico, quanto sul nesso tra tecnologia e costruzione sociale, su ciò che in breve abbiamo chiamato combinazione attiva / *agencement*. Le piattaforme digitali si pongono infatti come un'istanza di orientamento dei comportamenti, esse sono capaci di offrire possibilità, opzioni e soluzioni immediate, attimo per attimo, che vengono presentate come ottimali e oggettive, come se si trattasse di un ordine naturale (Sadin, 2019).

Facendo eco a *Il nuovo spirito del capitalismo* di Boltanski e Chiapello (1999), nell'adesione alle piattaforme emerge strutturalmente un comando di tipo nuovo, che agisce e organizza la produzione sociale e di valore facendo leva sull'autonomia soggettiva, sul desiderio di autodeterminazione e sulla libertà. Se dai risultati della conricerca emerge che la connettività digitale costituisce una inedita e ambivalente forma di controllo pervasivo e un sistema raffinato di sorveglianza (Zuboff, 2019), essa può al contempo essere agita e rovesciata di segno dai soggetti, così da diventare una modalità di comunicazione e (precaria) auto-organizzazione. Le esperienze dei soggetti hanno mostrato senza ambiguità quanto i dispositivi che dovrebbero, a detta dell'azienda, aumentare i gradi di libertà dei rider si rivelano al contrario essere, nella quotidianità lavorativa, dei potenti mezzi capaci di attivare forme inedite di lavoro gratuito. In particolare, la conricerca ha messo in luce che il lavoro socializzato dall'algoritmo nelle piattaforme digitali presenta due modalità di tempo di lavoro: il tempo della stretta prestazione, che avviene immediatamente dopo la chiamata ricevuta, e il tempo – meno evidente, ma altrettanto necessario – dell'attesa e della disponibilità 'volontaria', che è richiesto ma non remunerato. Emerge dunque una concezione del tempo di lavoro di tipo duale, in cui accanto alla cottimizzazione costituita dallo spezzettamento della prestazione remunerata, diventa chiara la presenza di un lavoro nuovo e gratuito che viene svolto negli interstizi di tempo, in attesa della prestazione, e che rappresenta la creazione di un ambiente aggiuntivo di estrazione del valore.

In questo quadro, riflettere sulle modalità di neo-sfruttamento e sulle forme di resistenza che possono darsi per incrementare la capacità di agency dei soggetti è fondamentale per cogliere le capacità di auto-organizzazione. Il caso di Foodora ci ha consentito di riflettere sulle forme di soggettivazione maturate all'interno delle

mobilitazioni che hanno visto i rider come protagonisti. Le forme di resistenza, così come gli aspetti peculiari legati alla riterritorializzazione e il focus sulla dimensione relazionale restano a nostro avviso nodi su cui interrogarsi, anche in altri contesti, al fine di cogliere le trasformazioni future e quelle già in atto nel mondo del lavoro mediato da piattaforme.

Riferimenti bibliografici

Abdelnour, S., Bernard, S. (2019) Quelles résistances collectives face au capitalisme de plateforme? In S. Abdelnour e D. Méda (a cura di) *Les nouveaux travailleurs des applis*. Paris, la vie des idées, pp. 61-74.

Alquati, R. (1989) *Dispense di Sociologia industriale*, vol. III, tomo 1.

Alquati, R. (1993) *Per fare conricerca*. Torino, Velleità alternative.

Alquati, R. (1994) *Camminare per realizzare un sogno comune*. Torino, Velleità alternative.

Alquati, R. (1997) *Lavoro e attività: per un'analisi della schiavitù neomoderna*. Roma, Edizioni il Manifesto.

Alquati, R. (2000) Nella società industriale d'oggi. Torino, saggio non pubblicato.

Alquati, R. (2001) *Sulla riproduzione della capacità umana vivente oggi*, Torino, saggio non pubblicato.

Alquati, R., Pentenero, M., Wessberg, J. L. (1994) *Sul Virtuale,* Torino, Velleità alternative.

Armano, E., Murgia, A.,Teli, M. (a cura di) (2017) *Platform capitalism e confini del lavoro negli spazi digitali*. Milano, Mimesis.

Boltanski, L., Chiapello, È. (2011) *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard.

Bolton, J.D., Grusin, R. (1999) *Remediation*. *Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano, Guerini Studio.

Briziarelli, M., Armano, E. (a cura di) *The Spectacle of 'free' labor: Reading Debord in the context of Digital capitalism,* Londra, Westminster University Press.

Cardon, D. (2015) *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des Big Data*. Parigi, Seuil.

Casilli, A. (2019), *Schiavi del clic. Perché lavoriamo tutti per il nuovo capitalismo*, Milano, Feltrinelli, 2020 [trad. it. Raffaele Alberto Ventura di Id. *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*. Parigi, Editions du Seuil, 2019].

Codeluppi, V. (2007) *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*. Torino, Bollati Boringhieri.

Coin, F., Marrone, M. (2018) Ambivalence. Luci e Ombre del Lavoro Digitale, *Economia e Società regionale*, 17, pp. 25-35.

Corsani, A. (2020, forthcoming) *Mutations du travail, métamorphoses du salariat*.

Crary, J. (2015) *24/7 Il Capitalismo all'assalto del sonno*. Torino, Einaudi

Deleuze, G., Guattari, F. (1980) *Mille Plateaux*. Paris, Editions de Minuit.

Ekbia, H. R., Nardi, B. A. (2017) *Heteromation, and other stories of computing and capitalism.* MIT Press.

Finn, E. (2018) *Che cosa vogliono gli algoritmi*, Torino, Einaudi.

Fumagalli, A. (2016) *Platform Capitalism: oltre la dicotomia uomo-macchina, disponibile alla pagina* : http://effimera.org/platform-capitalism-oltre-la-dicotomia-uomo-macchina-andrea-fumagalli/.

Gandini, A. (2016) *The reputation economy: Understanding knowledge work in digital society*. London, Palgrave.

Gherardi, S. (2016) To start practice theorizing anew: The contribution of the concepts of agencement and formativeness. *Organization,* 23(5), 680-698.

Huws, U. (2010) Expression and expropriation: The dialectics of autonomy and control in creative labour. *Ephemera: Theory and Politics in Organization*, 10(3/4): 504-521.

Lazzarato, M. (2019) *Segni e macchine. Il capitalismo e la produzione di soggettività*. Verona, Ombre Corte.

Leonardi, D., Murgia, A., Briziarelli, M., Armano, E. (2019) The ambivalence of logistical connectivity: a co-research with Foodora Riders. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 13(1), 155-171.

Marx, K. (2011 [1857-1861]) Frammento sulle macchine in *Gründrisse. Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica*, Milano, PGreco.

Moore, P. (2018) *The Quantified Self in Precarity: Work, Technology and What Counts*, Advances in Sociology series, London, Routledge.

Sadin, E. (2019) *Critica della ragione digitale*. Luiss University Press.

Srnicek, N. (2016) *Platform capitalism*. London, Polity Press.

Tassinari, A., Maccarrone, V. (2017) The mobilisation of gig economy couriers in Italy: some lessons for the trade union movement, *Transfer,* 23(3): 353-357.

Zuboff, S. (2019) *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile Books.

C. Cossutta, V. Greco, A. Mainardi, S. Voli aka *Le Smagliatrici*[114]

Cosa può una mail? Il precariato accademico nell'epoca della raggiungibilità perenne

Il mondo accademico si regge sulla precarietà, simile alla tartaruga che regge gli elefanti che reggono la Terra.

E non soltanto in termini economici, per tutto il lavoro precario che sostiene corsi, progetti, tesi di laurea, commissioni e dipartimenti, ma anche perché nella precarietà sta il ricatto che condiziona temi di ricerca, forme in cui la si restituisce, e spazi che si possono abitare. Essere precariu, in questo contesto, significa spesso essere inseritu in relazioni di potere che si nutrono delle gerarchie accademiche, ma anche dell'isolamento che l'università produce e riproduce, che fa sì che sia facile presentare come unica alternativa all'adeguamento l'espulsione.

Il mondo accademico, e quello delle cosiddette scienze umane e sociali in particolare, propone per chi è precariu delle condizioni materiali simili a quelle di chiunque lo sia: dalla gestione separata dell'INPS all'intermittenza del reddito, dalla mancanza di tutele a quella di certezze. Accanto a questo, però, il precariato accademico spesso si nutre anche di condizioni peculiari, a partire dalla mancanza di spazi, che fanno sì che chi è precariu finisca spesso per lavorare da casa (o da altri luoghi), non di rado in solitudine. Non avere uno spazio, ovvero rendere ogni spazio un potenziale spazio lavorativo, significa altresì non avere un tempo, ovvero rendere tutto il tempo di lavoro. Il contratto a termine pone sul tuo lavoro una scadenza dai confini malleabili tanto quanto sono indefinite le mansioni: inizi il giorno x del mese, ma puoi già cominciare il tuo lavoro informalmente; il contratto finisce il giorno x del mese, ma devi finire comunque le cose previste dal progetto; c'è un rinnovo, con uno stacco di x mesi nei quali continui a lavorare senza reddito (gli esempi potrebbero

[114]Le *Smagliatrici* (Carlotta Cossutta, Valentina Greco, Arianna Mainardi e Stefania Voli) sono transfemministe, ricercatrici precarie in discipline diverse, studiano i corpi, le sessualità e le tecnologie. Entrano e escono dagli stretti margini dell'accademia, mescolando teoria e pratica politica. Vivono tra Milano e Bologna – ma più spesso sui treni – colmando le distanze fisiche nelle piattaforme digitali. Hanno curato la collettanea Smagliature Digitali. Corpi, generi e tecnologie, Agenzia X, Milano, 2018.

continuare quasi all'infinito). Spesso questa situazione si protrae anche oltre i contratti: le docenze a contratto, pagate per un numero di ore nettamente inferiore a quello reale, che comprende, oltre alle lezioni frontali, esami, ricevimenti, tutoraggio delle tesi di laurea; o i progetti, per i quali si fanno incontri di disseminazione anche dopo aver finito di lavorarci; o l'idea secondo la quale, negli interregni tra un contratto e l'altro, sia cosa buona farsi vedere nei corridoi dei dipartimenti e ai convegni (in questo senso, il riconoscimento della DIS-COLL anche per assegnis* e dottorand*, invece di essere uno strumento di welfare statale che permette di affrontare una fase di disoccupazione, diventa un dispositivo di continuità lavorativa senza contratti all'interno dell'accademia.).

Tempi e spazi saturi, quindi, e allo stesso tempo rarefatti, che mischiano vita e lavoro in incastri sempre nuovi, in cui le forme di resistenza sono il risultato non soltanto di un conflitto con l'esterno, ma anche con sé stessu, per segnare nuovi confini che permettano vite, tempi e spazi sostenibili.

Spazi e tempi così incerti che finiscono sempre per dipendere da qualcun altru, dai suoi tempi e dai suoi spazi, trasformando il lavoro accademico in un rapporto verticale, non mediato da nulla che non sia la relazione e in quanto tale sottoposto in ugual misura ai rapporti di potere e al caso. Relazioni che si nutrono certamente di ricatti e di gerarchie, ma anche di affetti, gratificazioni, stima e scambi.

La commistione tra lavoro e vita è fortemente sentita da chi è precariu e si occupa di studi di genere e transfemministi, con ricerche che si nutrono e crescono fuori dal mondo accademico, e da quest'ultimo non riconosciute come scientificamente valide o rilevanti, proprio perché sfuggono dalle strette maglie disciplinari che ne orientano l'organizzazione. Ricerche che già di per sé, spesso, mettono in discussione l'ordine accademico: perché sono collettive, comuni, pensate insieme; perché sono agite mentre sono scritte; perché sovvertono canoni e ordini di citazioni, immaginando nuove genealogie. E allora precarietà significa anche fare i conti con la richiesta di occuparsi di altri temi, in altri modi, con altre forme e metodi, con la speranza di acquisire abbastanza valore per poter – in contemporanea o in futuro – dare spazio anche alle ricerche che più sentono come "proprie".

Non vogliamo assolverci – anche perché crediamo non ci siano anime da salvare, ma condizioni materiali da sovvertire – e sappiamo che contribuiamo a riprodurre, come tartarughe che reggono il mondo, l'università che critichiamo. Lo facciamo, e lo

abbiamo detto in occasione dello sciopero promosso da *Non una di meno*[115], perché l'accademia è, in Italia, uno dei pochi luoghi a offrire uno stipendio, per quanto precario, in cambio di ricerca in campo umanistico. Lo facciamo perché ci interessa insegnare, rimettendo in circolo un po' di quello che abbiamo imparato, pur in un mondo accademico in cui i continui tagli rendono le nostre classi sempre più difficilmente raggiungibili. Lo facciamo con un po' di disincanto, immaginando il mondo accademico come un lavoro (e non una vocazione) e in quanto tale luogo di conflitti e di lotte, che non possono che partire dalle condizioni in cui lavoriamo, agendo a partire dalle contraddizioni che viviamo e vediamo.

In questo contesto le tecnologie sono al contempo strumenti di liberazione e assoggettamento. Da un lato, infatti, ci permettono di comunicare a distanza, di pensare collettivamente, di lavorare in un luogo mentre fisicamente siamo in un altro; dall'altro, per mezzo dei media digitali, il lavoro ci raggiunge ovunque, si moltiplica esponenzialmente, si insinua nelle nostre vite quando noi ci distraiamo da esso.

Per questo, dunque, la domanda che anima il nostro intervento parte proprio da questa ambiguità, chiedendoci: cosa fa una mail? Fino a che punto una mail condiziona/facilita la nostra vita precaria?

Ci chiediamo come elaborare forme collettive transfemministe di resistenza. Come Smagliatrici, nel testo "In un mondo che ci spinge alla competizione moltiplichiamo le occasioni di complicità"[116], ci chiedevamo quali forme di sciopero fossero pensabili e attuabili, ma anche come riflessioni politiche che scaturiscono dalle nostre esperienze individuali e collettive contribuiscono a tracciare percorsi quotidiani di resistenza e cambiamento.

Infatti, in qualche modo abbiamo messo e stiamo quotidianamente mettendo in pratica alcune forme di sciopero che ci permettono non solo di sopravvivere ma anche di pensare. Abbiamo costruito una relazione tra noi e altru che non solo ci permette di affrontare i funzionamenti complessi dell'università, di avere occhi attenti fra di noi

[115] In vista dello sciopero transfemminista dell'8 marzo 2019 abbiamo scritto un testo intitolato "In un mondo che ci spinge alla competizione moltiplichiamo le occasioni di complicità", uscito contemporaneamente in tre siti differenti che ringraziamo ancora per lo spazio: http://effimera.org/un-mondo-ci-spinge-alla-competizione-moltiplichiamo-le-occasioni-complicita-verso-lo-sciopero-globale-transfemminista-dei-generi-dai-generi-le-smagliatrici/ e https://www.dinamopress.it/news/un-mondo-ci-spinge-alla-compe-tizione-moltiplichiamo-le-occasioni-complicita/ e http://www.lavoroculturale.org/verso-lo-sciopero-glo-bale-transfemminista/

[116] *Ibidem*.

per le cose che scriviamo, ma anche di abitare la ricerca con desiderio complicità e in direzione contraria alla logica di competizione. In primo luogo, come già detto, rifiutando la spinta neoliberista all'individualizzazione della ricerca e condividendo pensieri, saperi, riflessioni e parole.

Partendo da noi, dalle esperienze di condivisione pensiamo che si possano costruire pratiche che sfidano le retoriche della ricerca solitaria e del merito individuale. Perché i saperi sono ibridi e ricchi del pensiero di altru, e cerchiamo di dargli corpo nelle genealogie che portiamo a lezione, nelle citazioni degli articoli e nelle relazioni che abitiamo. A partire dal nostro transfemminismo non crediamo nel sapere astratto, ma in quello incarnato perché sappiamo che il sapere si nutre della relazione con l'altru. La ricerca che stiamo portando avanti è quella che ci permette di comprendere quali possibili strumenti di azione comune esistono e possiamo costruire con chi come noi pensa che non sia possibile separare ricerca e attivismo transfemminista. Una modalità è stata discutere a lezione dello sciopero dell'8 marzo, un'altra attuare e rilanciare lo sciopero delle e-mail: ossia impostare risponditore automatico con un messaggio che riportasse le istanze dello sciopero. Una pratica emersa all'interno del Sommovimento Nazioanale durante lo Sciopero Sociale nel 2014, proprio per proporre modalità di sciopero anche a chi non può scioperare, e ripresa durante gli scioperi transfemministi dell'8 marzo.

Questo per rendere visibile un lavoro spesso difficile da definire e riconoscere: con l'eccezione di chi fa lezione, chi si accorge se l'8 marzo non lavoro su un articolo che sto scrivendo, non faccio una revisione, non correggo i compiti?

Questa, apparentemente piccola, pratica permette di utilizzare in modo strategico uno strumento che spesso ci spinge verso un lavoro costante, che ci induce a una presenza ininterrotta anche se incorporea. In qualche modo potremmo dire un uso politico e relazionale dei media. (Nota personale: È stato bello per noi sapere che durante quella giornata la nostra e-mail di lavoro diffondeva lo sciopero in tutte le nostre reti lavorative nazionali e internazionali).

Questo esempio/pratica è rilevante per diversi motivi. Perché è una pratica materiale che permette a chi abita precariamente il mondo accademico di prendere parte a uno sciopero transazionale, usando in modo attivo uno di quegli strumenti che, più di altri, spesso produce (auto) sfruttamento. Mette in luce inoltre l'ambivalenza

delle tecnologie che attraversano i nostri spazi di vita e di lavoro (spazi, come abbiamo detto, che si distinguono in modo forzato, e più a parole che nella realtà), dove le tecnologie possono sia cristallizzare/riprodurre i rapporti di potere esistenti sia essere spazi possibili di resistenza e – per citare il titolo del panel – di "contro condotta".

Per entrare meglio in questa ambivalenza, e provare a scioglierne le caratteristiche da una prospettiva transfemminista, riprendiamo alcune delle riflessioni sviluppate dentro Smagliature Digitali. Per noi questo testo rappresenta un esempio incarnato della possibilità di abitare e costruire luoghi di sapere "alternativi" all'accademia, ma che allo stesso tempo l'attraversano.

Un progetto che abbiamo cercato di non costruire da sole, ma immaginando uno strumento cognitivo più collettivo sul rapporto tra tecnologia, corpi e del potere, una metodologia situata che a partire dal transfemminismo creasse uno spazio di elaborazione del pensiero realmente condiviso. In questa sede vorremmo toccare due dei temi centrali nel nostro percorso: perché parlare di femminismo/transfemminismo quando si parla di tecnologie; l'importanza del margine come punto di vista critico e rivoluzionario.

1. Perché femminismo per parlare di tecnologia

Per prima cosa, per una questione che riguarda eminentemente il sapere – nelle tecnologie e sulle tecnologie – e dunque il sapere femminista come critica all'oggettività verso saperi situati. Per uscire dalla coazione a pensare per poli posti, dunque andare oltre visioni quali ottimista/pessimista, on-line/off-line. E dunque rielaborare le categorie attraverso cui pensare il mondo, e rielaborare le tecnologie ripensando al tempo stesso alle categorie che utilizziamo per discuterle e immaginarle. A partire da domande semplici come: Chi le usa? Chi le costruisce? Chi è esclusu? Quali norme vengono riprodotte?

Anche con gli studi femministi sulle tecnologie abbiamo imparato che gli oggetti tecnologici non sono neutri, si definiscono specifici rapporti di potere. Sono spazi contesi che riproducono la norma ma che aprono anche spazi soggettivazione (come i corpi).

Facendo attenzione perché dove c'è presunzione di neutralità si nasconde un potere bianco, una classe media abile e via dicendo. Infatti: "se la tecnologia è sempre il prodotto di una organizzazione sociale della quale mira a riprodurre i rapporti di potere e le categorizzazioni, il gesto di ricostruirla è un gesto politico proprio perché spezza questa catena di riproduzione inserendo variazioni, consapevolezza, posizionamenti, materialità" (Smagliature Digitali p. 14).

Da una prospettiva transfemminista, il corpo stesso – definito con Susan Stryker *somatechnics* per mettere in luce la stretta relazione tra corpo e i dispositivi tecnologici di formazione e trasformazione di corpi – e le relazioni incarnate che abitiamo sono capaci di rivelare il funzionamento dei sistemi e allo stesso tempo producono degli spazi vivibili e di riconoscimento. Perché, come sostiene Lucia Egania Rojas: "il corpo ha una memoria, non bisogna andare troppo lontano, una tecnologia transfemminista porta incisa sulla carne la reclusione di Angela Davis, la caccia alle streghe, le trans morte in una qualsiasi frontiera, nelle loro case. [...] La tecnologia è materiale. Non è un'astrazione. Nella Silicon Valley la banda larga sorvola i tetti delle maquiladoras. La tecnologia è un fatto geologico, colmo di strati sovrapposti a formare disegni strutturali a partire da cataclismi, cicatrici e piogge dorate" (Smagliature, p.33).

La tecnologia può permetterci di ripensare le relazioni e i corpi, allo stesso tempo i corpi e le relazioni ci ricordano la materialità della tecnologia della sua storia e delle rappresentazioni.

Adesso facciamo un passo indietro, non nel ragionamento, ma nella struttura del libro Smagliature e ritorniamo all'incipit: "questo libro non esisterebbe senza le tecnologie digitali". Questo incipit, che sembra contraddire in parte quanto detto finora, vuole sottolineare al contrario il fatto che abitiamo la contraddizione e abbiamo usato gli stessi strumenti che ci imbrigliano per costruire un progetto che partisse dai nostri desideri e affetti. Qui i nostri affetti e la messa in discussione dei tempi dedicati alle nostre necessità diventano strumento incarnato, capace, in parte, di ridirigere gli strumenti digitali. Riconoscendo che non sono un tutt'uno, ma che ciascuno strumento ha le sue specifiche caratteristiche, *affordances,* che di volta in volta sostengono

specifiche azioni e interazioni che allo stesso tempo possono essere rinegoziate: come nel caso della mail dell'8 marzo.

2 Quale idea di margine

L'ultimo spunto di riflessione anche qui arriva direttamente dalla call del seminario, e si tratta dell'invito a ragionare intorno al concetto di margine. Invito che ha un'eco molto forte con quanto con Smagliature si sta cercando di fare. Qui i margini sono ovviamente molteplici. Citando dal nostro testo dell' 8 marzo, "l'università per chi la traversa con un movimento carsico, è uno spazio ibrido nel quale gli strumenti del padrone diventano così opachi da rendere il centro dei margini malleabili e dunque meno identificabili. Il nostro posizionamento precario ci obbliga/invita a riflettere sul rapporto tra margine centro rispetto temi quali: il riconoscimento, gli strumenti che abbiamo a disposizione…"

Dentro Smagliature, Rachele Borghi – partendo da bell hooks che affronta la marginalità in modo eccentrico e invita a guardare i margini come luoghi di resistenza e di creazione dunque guardando i margini come luoghi da abitare – lancia un invito cruciale per la discussione che stiamo provando a fare sui possibili spazi di soggettivazione nel contesto della tecnologia: "dirigere lo sguardo verso il margine piuttosto che verso il centro ci permette non solo di vedere i margini ma soprattutto di vedere che sono abitati, che a ogni spazio-centro corrisponde un margine occupato, spazi liberati che possono diventare terreno in cui edificare l'utopia".

Questo può essere letto come un invito a costruire delle pratiche, delle complicità, delle alleanze che possono rendere abitabili, attraversabili, gli spazi dell'università come soggettività femministe. Può essere allo stesso tempo un invito a ripensare i criteri e le logiche che strutturano il mondo accademico e fare di queste pratiche una metodologia capace di ridefinire le norme che strutturano non solo gerarchie ma anche le spinte alla prestazione, all'individualismo, alla competizione. Qui, provare a ridirigere le tecnologie verso i nostri propositi. Se l'imperativo è performare, e i media digitali possono perfettamente collaborare a sostenere questa tensione, possiamo intanto chiederci cosa succede quando i media digitali vengono utilizzati per un

progetto collettivo non accademico (nel senso normativo del termine), resistente. chiediamoci anche chi è il soggetto che lo fa, che ruolo ha nello spazio pubblico, e quale tipo di riconoscimento (quali spazi per soggettività non eteronormate, razzializzate…)

Dunque, ci chiediamo: è possibile abitare questa opacità non solo riflessivamente ma come spazio di azione? È possibile scioperare dalla mail l'8 marzo e fare di questa pratica un meccanismo generatore di spazi di soggettivazione che vadano oltre l'8 marzo e si intreccino criticamente e con le relazioni incarnate che stiamo costruendo?

Una parziale risposta è che sì, è possibile quando non solo si abitano gli spazi digitali con consapevolezza, ma quando le pratiche che mettiamo in atto sono collettive sul lavoro e nelle nostre vite, perché "in un mondo che ci spinge la competizione moltiplichiamo le occasioni di complicità!"