

# Premessa

Iniziamo da un aneddoto facile. Una ragazza, una delle tante che cercano di farsi largo come influencer, scrive a un hotel di tendenza di Dublino per avanzare una richiesta non delle più imprevedibili:

Ciao,

spero che questa email vi trovi bene.

Sto scrivendo a proposito di una possibile collaborazione sui social media. Lavoro come influencer, in particolare in tema di beauty, lifestyle e turismo. Ho più di 87.000 subscriber sul mio canale YouTube, e 76.000 follower su Instagram.

Insieme al mio partner stiamo pianificando di venire a Dublino per un San Valentino in anticipo, dall'8 al 12 febbraio, per esplorare la zona. Cercando posti dove dormire, ho trovato il vostro splendido hotel, e mi piacerebbe ospitarvi nei miei video su YouTube o nelle mie Instagram Stories, per portarvi contatti e raccomandarvi ad altre persone, in cambio di un alloggio gratuito.

Fin qui, nulla di strano. Almeno finché il gestore dell'albergo non decide di rispondere a tono con un post pubblico su Facebook, seppure con l'accortezza di oscurare il nome dell'interlocutrice:

Dear social influencer,

se ti consento di stare qui in cambio di un'apparizione nel tuo video, chi pagherà lo staff che deve occuparsi di te? Chi pagherà le persone che devono pulire la tua stanza? I camerieri che ti serviranno la colazione? [...] Forse dovrei dire ai miei dipendenti che appariranno nel tuo video anziché essere pagati per il lavoro fatto durante la tua permanenza?

Leggetelo con calma, questo semplice scambio: perché contiene, in poche righe, il cuore della questione su cui questo libro si interroga. E la questione, al di là dei toni, è tremendamente seria: e insiste sul modo in cui il web produce – o almeno ci aspettiamo che produca – ricchezza. Perché, come vuole la ragazza, avere un buon seguito sui social dovrebbe garantire un guadagno economico? E che mondo sarebbe, come replicano da Dublino, quello in cui si dovesse definitivamente accettare un pagamento in visibilità anziché in denaro? E qual è il controvalore delle risorse distribuite in rete, ovvero quanto vale davvero un retweet, un like, o un follower? E, ancora, in che modo questo tesoro di reputazione si può convertire in una forma di pagamento reale? E chi sta facendo l'affare migliore, un influencer che si guadagna da vivere o la piattaforma per cui, a sua volta, sta prestando lavoro? Infine, che relazione ha la ricchezza così generata con il tempo che le persone spendono sul web per immettere contenuti, commentare quelli degli altri o amministrare i propri profili digitali? Perché un influencer può fare tesoro del proprio successo, mentre il lavoro dei follower che lo seguono – la loro attenzione e la loro energia – non merita alcuna remunerazione? E fino a che punto è giusto chiamarlo così, *lavoro*, se da un lato genera una qualche forma di ricchezza eppure, dall'altro, non è affatto percepito come tale?

In termini più generali, si tratta dello stesso interrogativo che aleggia sull'intera economia di Internet: dove risiede, davvero, la ricchezza della rete? Nella popolarità che ciascuno può cercare di conquistarsi, come la ragazza che sperava in un weekend gratuito in Irlanda? Nei contenuti generati dagli utenti? O forse nei big data, negli immensi archivi di informazioni depositati chissà dove e quindi nelle piattaforme che li raccolgono e se ne impossessano? Oppure nelle speculazioni della finanza globale e negli investimenti dei venture capitalist? Nei marchi che rendono unici e inattaccabili i più noti servizi digitali? Nel capitale immateriale delle idee e nel dispiegarsi di una nuova creatività condivisa? Nell'innovazione in sé e nel potere delle macchine, destinate a incorporare il lavoro dell'uomo? Forse in tutte queste cose, a pensarci bene: ma allora con quali proporzioni, quali regole e quale tasso di conversione da un ambito all'altro?

Qual è «la ricchezza della rete»: abbiamo usato questa espressione con riferimento a un celebre saggio che fa ovviamente il verso ad Adam Smith, e che non mancheremo di criticare. Più nello specifico, però, questo libro nasce dall'incontro tra una domanda recente e un vecchio concetto. La domanda recente, come detto, riguarda il funzionamento del capitalismo digitale e abbraccia una fenomenologia fin troppo ampia: il potere degli algoritmi e i monopoli di fatto delle grandi piattaforme; la pressione dal basso delle startup e della produzione diffusa; l'opera degli influencer che accumulano un patrimonio di contatti e di reputazione per cercare di cavarne profitto; il lavoro sotterraneo dei cookie e i piani del marketing digitale; l'assemblaggio dei device che consentono lo stato di connessione perenne; il lavoro non retribuito di chi immette contenuti in rete senza per questo pretendere un pagamento; i fenomeni virali da milioni di visualizzazioni, che come la coda di una cometa attraversano di tanto in tanto il paesaggio del web. Ed è spiazzante, davvero, questa nebulosa di attività e intrecci affaristici, di livelli diversi di produzione, di segmentazioni molecolari del mercato e ossessive appropriazioni dei dati, di messa al lavoro del corpo sociale e derive finanziarie insondabili, di capitalizzazione del marchio dei grandi brand e insieme di lotta alla proprietà intellettuale dei singoli, di accelerazione infinita alla libera circolazione dei contenuti e di custodia gelosa del grande segreto degli algoritmi.

Dov'è, dunque, la ricchezza della rete? Nel capitale sociale del seguito online o in quello economico della finanza; nei sistemi aperti o nei sistemi chiusi; nel controllo dei contenuti o nel governo delle infrastrutture; nella vendita di prodotti costosi, come tanti device, o nell'offerta di servizi *gratuiti*, come è tipico degli ambienti del web? E quale modello di business ci sarà mai dietro un insieme di piattaforme che offrono possibilità straordinarie – i più ampi archivi di video e di immagini mai realizzati, repository testuali senza fondo, il più efficace sistema di interconnessione di tutti i tempi, la mappa più completa apparsa dall'alba della storia – senza chiedere in cambio un centesimo? Ecco, questo è il panorama che appare a chi si interroga sul profilo economico della rete: un'infinità di tracce diverse, le vaste zone d'ombra generate

dal potere oscuro della tecnologia, una serie di direzioni contraddittorie, un terreno sconnesso e in apparenza non decifrabile.

La vecchia risposta, invece, va scovata nelle pagine di Marx: lo scopo del capitale non è quello di fabbricare merci, e nemmeno direttamente di generare ricchezza, ma è la produzione di *valore*. Questo, infatti, il concetto centrale di Marx: l'appropriazione del tempo dell'uomo da parte del capitale, resa possibile dalla separazione tra il lavoro e il controllo dei mezzi di produzione. Tempo che, a sua volta, viene cristallizzato e condensato esattamente in quote di valore: termine apparentemente esoterico e astratto che però, come vedremo, abbraccia idealmente quella costellazione indefinita di forme materiali, flussi e significati che avvolge l'economia della rete. Se si introduce nel discorso la variabile del *valore/lavoro*, come spero risulterà condivisibile, la nebbia si dirada, e la molteplicità dei casi reali si riavvolge intorno alla chiarezza di un unico concetto, capace di catalizzare discorsi sparsi, frammentati e apparentemente non conciliabili. Perché tutte le forme fenomeniche di ricchezza – quei frantumi di informazioni, visualizzazioni, transazioni finanziarie, indici di reputazione, servizi gratuiti, gemme di popolarità, pacchetti di dati, profili di consumo – non sono altro che manifestazioni esteriori, o trasformazioni successive, del nucleo ultimo del capitale, che è appunto il valore.

Che cosa fare con Marx, però, è una questione che può essere delicata, e piena di trappole e di complicazioni. Quanto al modo in cui penso sia utile usarlo, mi limito qui a una sola osservazione, che riguarda esattamente il concetto di valore come variabile sociologica essenziale. Dal lato della teoria economica, infatti, la nozione di *labour/value* comporta un brusco salto all'indietro, e il recupero di un linguaggio superato dalla rivoluzione marginalista, che ha vincolato il valore di una merce alla sua utilità percepita sul mercato, come è noto, anziché al tempo richiesto dalla sua produzione. In termini di analisi dei *processi sociali*, però, la separazione tra attività di lavoro e mezzi necessari al suo svolgimento resta la migliore diagnosi del grande dramma della modernità; ed è da qui che partiremo, senza naturalmente avere la pretesa di affrontare il dibattito interno alle scienze economiche. Mi concedo, semmai, lo spazio di una considerazione più obliqua, perché il di-

lagare delle tesi marginaliste a me sembra un aspetto di un ordine discorsivo più ampio: che da un'incarnazione all'altra – il declino della categoria di classe sociale, l'ascesa di concetti equivoci come *comunità* o *tribù*, l'egemonia del marketing, la retorica del prosumer, la presunta fluidità del post-moderno – ha spostato prepotentemente l'attenzione dall'ambito della produzione a quello dell'acquisto, associando l'identità dell'individuo alla nicchia di consumo di appartenenza, anziché al ruolo assunto nella divisione internazionale del lavoro. E infatti, per parte nostra, di consumo non parleremo praticamente mai, e per la ragione più semplice: perché negli ultimi vent'anni ne abbiamo sentito parlare a sufficienza, se non fino alla noia.

Quanto a come usare Marx, come dicevo, abbiamo tutto il libro davanti, ragione per cui spenderò poche parole per chiarire come *non* lo userò, prendendo le distanze da tre metodi alternativi e variamente diffusi: e che, per semplicità, definirò rispettivamente come *letterario*, *filologico* e *politico*. Il primo caso riguarda la tendenza a riempire libri e articoli con citazioni pescate nelle pagine di Marx – appunto come se si trattasse di un fregio o di un aforisma – senza fare i conti con la complessità di insieme del suo sistema teorico. Intendiamoci, ognuno fa quello che vuole: ma questa prassi ha l'effetto di favorire una conoscenza superficiale e di alimentare la sopravvivenza di alcuni equivoci – che la storia sia guidata dall'innovazione tecnica; che la categoria di valore/lavoro non si presti a interpretare la società digitale; che il capitale sia basato sul controllo dei soldi; che la caduta del saggio di profitto porterà alla sua distruzione – che sarà inevitabile prendere di petto nel corso del libro. Inutile negare, poi, il sospetto che una tale prassi nasconda banalmente il fatto che a citare Marx – che non si può non citare, come tutti i classici – siano spesso autori che non lo hanno mai letto, se non a brandelli (e anche questo, in effetti, è tipico dei classici). Paradossale finché si vuole, ma perfino uno dei grandi teorici del marxismo francese, Louis Althusser, confessò di non aver mai perso troppo tempo a studiare Marx ma di averlo conosciuto per «sentito dire», attraverso fonti indirette, i lavori dei colleghi e perfino, pace all'anima nostra, quelli dei suoi studenti<sup>1</sup> (e la cosa non suona sorprendente, per chi ha avuto la pazienza di

leggere il suo *Pour Marx*; mentre diverso, come vedremo, è il discorso sul bellissimo *Capitale nel XXI secolo* di Thomas Piketty, che non è affatto un libro sul capitale).

La seconda via ci conduce esattamente all'opposto, verso l'uso filologico di Marx, che insiste sull'analisi in profondità dei suoi testi, naturalmente attraverso il recupero degli originali in lingua tedesca. È il caso, per esempio, del lavoro di Christian Fuchs, un autore ben noto a chi si interessa di Internet studies, e che ha dato un contributo fondamentale alla teoria critica della rete. E si tratta, va da sé, di un approccio di indiscutibile utilità: da cui prendo le distanze, molto più banalmente, perché non mi occupo di storia della filosofia, ma vado in cerca di strumenti analitici adatti alla comprensione dei processi storico-sociali. Tratterò Marx, insomma, come un classico della sociologia, da cui trarre – come vuole la metafora metodologica della cassetta degli attrezzi – i concetti che, a centocinquanta anni di distanza, restano utili per prendere in esame i processi di produzione e distribuzione della ricchezza.

C'è un terzo modo di usare Marx che trovo discutibile, infine, ed è quello orientato all'argomentazione politica. Cosa inevitabile, si dirà, perché il marxismo si è sempre sviluppato lungo due livelli discorsivi diversi, quello scientifico e quello ideologico, quello della riflessione e quello della mobilitazione, l'accademia e la vulgata di propaganda, l'aula e la piazza. Vero: con la differenza che l'uso politico che se ne fa oggi è, per lo più, *un uso politico da destra*. Il pretesto, come si sa, è la difesa delle classi lavoratrici occidentali dall'oppressione delle forze globali – categoria che tiene illogicamente insieme i potenti della finanza e il sottoproletariato migrante – che attraverso una surrettizia sovrapposizione di piani porta ad arruolare Marx tra gli ideologi del sovranismo. Una tendenza di pensiero più diffusa di quanto si potrebbe credere che, sulla scia di un pensatore non banale come Alain de Benoist, si è fatta largo negli anni, fino a indurre in tentazione anche teorici insospettabili. Il problema, però, è che nelle pagine di Marx *non c'è nulla*, ma davvero nulla, che possa giustificare un tentativo tanto azzardato. Al punto che Marx, pur scrivendo negli anni in cui il pensiero nazionalista si aggira egemone per l'Europa, non gli at-

tribuisce troppo peso nella dialettica che contrappone trasversalmente, tagliando i confini locali, le due grandi forze della borghesia e della classe operaia: e anzi è probabile che uno dei limiti della sua analisi sia proprio la mancata comprensione del ruolo che lo Stato-nazione avrebbe giocato tanto nell'orientare la storia, quanto nel determinare l'assetto materiale dell'organizzazione capitalista. Intendiamoci, non c'è niente di male nel difendere lo stile di vita occidentale, anzi, e ogni scelta politica è ovviamente legittima: ma non credo sia corretto chiamare in causa Marx per lo scopo, e per due motivi almeno. Il primo è che il nostro ceto medio indebolito, pur nella sua miseria *relativa* e crescente, sullo sfondo della società globale appartiene ancora all'1 per cento dei ricchi anziché al 99 per cento dei poveri, occupando precisamente una posizione migliore nella divisione internazionale del lavoro. E il secondo, più ancora, è che la categoria di riferimento del discorso sovranista – il fantomatico *popolo* dotato di un'unica volizione di mondo, che non è mai esistito né mai esisterà – è un'astrazione inconciliabile con lo schema analitico del *Capitale*, che all'opposto segmenta il corpo sociale in una precisa stratificazione di classi diverse. Poi, lo si diceva prima, il bello della vita è che ognuno fa quello che vuole: ma se pensate di annettere al nazionalismo il fondatore dell'Internazionale, perché di questo stiamo parlando, temo che un problema ci sia.

In conclusione, userò Marx come un classico del pensiero: e precisamente, l'ho già detto, un classico delle scienze sociali, perché di natura sociologica – come cercherò di mostrare – sono i concetti a noi utili intorno a cui ruota il modello teorico del *Capitale*. Per la stessa ragione parlerò diffusamente proprio di *capitale*, che è il meccanismo di accumulazione al cuore del sistema, e non di *capitalismo*, che possiamo considerare come la struttura complessiva della società che si sviluppa intorno alla logica primaria dell'accumulazione<sup>2</sup>. Questo un po' per precisione analitica, e un po' per allontanare la tentazione di qualsiasi digressione ideologica che il riferimento al capitalismo come sistema rischia sempre di generare. Spiegare l'accumulazione della ricchezza digitale con concetti messi a punto quando il telegrafo, la più avanzata infrastruttura di comunicazione del tempo, si stava faticosamente

facendo strada sotto gli oceani: questo, in poche parole, è dunque lo scopo del libro.

## Note

<sup>1</sup> L. Althusser, *The Future Lasts Forever: A Memoir*, New York, The Free Press, 1993, p. 165.

<sup>2</sup> D. Harvey, *Seventeen Contradictions and the End of Capitalism*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2014 (ed. it. *Diciassette contraddizioni e la fine del capitalismo*, Milano, Feltrinelli, 2014, p. 19).