

Contro il crowdsourcing. La coscienza dell'utile idiota | Humanitech.it

<http://www.humanitech.it/?p=4210>

December 6, 2011



Il mio intervento all'IGF – Internet Governance Forum 2011. A distanza di qualche giorno riporto il mio contributo sul tema “**Felici e sfruttati, il lavoro al tempo di Internet**” presentato a Trento il 10.11.2011. Un testo un po' lungo, non pensato per Internet. Perdonate.

The Crowd is the King (or his Fool)?

di Dario Banfi

“Obama for America invita gli artisti del Paese a mettere a disposizione la propria creatività e appoggiare il piano del Presidente per creare subito posti di lavoro”. Inizia così l'appello lanciato online dall'amministrazione americana per trovare idee e promuovere con un poster uno dei programmi d'investimento più costosi della storia, il Jobs Act, da 447 miliardi di

dollari, finalizzato al rilancio dell'occupazione. La modalità d'ingaggio è basata sul crowdsourcing: libertà di fornire suggerimenti e progetti, ma soltanto uno verrà ricompensato. La totalità dei designer in gara, a eccezione del vincitore, non vedrà riconosciuto un centesimo per un lavoro svolto in un contest dedicato proprio alla nuova occupazione.



Carlo Formenti

Felici e sfruttati

Capitalismo digitale ed eclissi del lavoro

Il cliente che tutti desiderano, il Presidente degli Stati Uniti, li ha fregati tutti in un colpo solo. AIGA, l'associazione dei designer americani non ci sta. Prende carta e penna e scrive a Obama, sostenendo che il “*contest asks designers to work speculatively, creating designs without compensation for an activity that has value to a potential client, against established global principles in communication design*”. Ci sono principi globali da rispettare, dicono. Nel design un'opera deve essere pagata. Addirittura :-)
E continua AIGA: “*The recent 'Art Works: A Poster Contest to Support American Jobs' demonstrates a lack of respect for the design profession, violates global principles and standards for professional design practice, contradicts the intent of creating*

jobs for American workers and asks designers to give up intellectual and creative property rights.”
Ma è sufficiente invocare la mancanza di rispetto verso una professione?

Nel nostro piccolo pure noi abbiamo fatto la stessa cosa in Italia: il Ministero del Lavoro ha lanciato una gara su Zoopa per creare spot promozionali ai voucher che regolano i pagamenti del lavoro accessorio, per eliminare cioè il “piccolo lavoro nero”. Anche l'ADCI – Ars Director Club Italiano, in sostanza i creativi italiani, non sono stati a guardare e hanno posto il problema in un post sul loro blog. Ora la questione è certamente nota: il crowdsourcing è arrivato ai piani alti, a livelli fino a pochi anni fa inimmaginabili. Siamo nel cuore della Jackpot Economy, come la chiama Andrew Ross. Carlo Formenti lo definisce “il lavoro degli utili idioti” e non resta che chiedersi se ci siano margini di sopravvivenza, almeno per chi si guadagna da vivere in maniera autonoma e un salario fisso non ce l'ha. Partiamo da questa domanda.

Non è outsourcing, bensì marketing

Volevo mescolare una serie di contributi, valutazioni e interviste dirette che ho raccolto. La prima è una definizione ottimistica letta su *MasseCreative*, documento diffuso online con un'interessante raccolta sul tema del crowdsourcing. Michael Samson, co-fondatore della piattaforma CrowdSpring dice che va tutto bene: “*La cosa migliore è che non importa più se sei laureato alla scuola di design di Rhode Island o se sei una nonna del Tennessee con del tempo libero e una copia di Adobe Illustrator. Se il cliente preferisce l'idea della nonna, sarà lei a vincere il lavoro*”. Ora se è

vero che il principio di scarsità di cui parla Formenti non è venuto meno con le dinamiche di produzione Web based siamo salvi. Le nonne del Tennessee sono in numero finito, prima o poi moriranno pure. L'alternativa è che alle nonne subentreranno i nipoti e così via. Siamo fregati. L'unico modo per sfangarcela è allora di non puntare al Jackpot? Di non comperare il biglietto della lotteria? A ben vedere, la cosa è già posta in questi termini.

Durante un'intervista al vincitore di un contest italiano basato su crowdsourcing finalizzato alla creazione di uno spot per una grappa (poi passato in TV) è stato chiesto che cosa pensasse del sistema di gara e rispose: *"Per fare cose fatte bene serve professionalità, persone che sanno fare il loro mestiere e siano pagate per questo. Non so se parteciperò un'altra volta. Si può fare una volta per divertirsi, ma non è pensabile che i professionisti lavorino gratis o con la promessa di una vittoria"*. La stessa cosa mi ha detto con parole esattamente speculari (negando il concetto opposto) il vice direttore dell'ADCI italiano Mizio Ratti in un'intervista: *"Chi fa un lavoro intellettuale di mestiere deve essere in grado di fare sempre ciò che gli viene richiesto. Non una sola volta, ma tutte le volte. Il lavoro creativo è essere creativo sempre"*. Deve sapere "ripetere" se stesso, come diceva Jacques Derrida del matematico che alle origini del pensiero occidentale inventò la geometria.

Il fatto curioso è che ci siamo liberati dal fordismo e dalle sua macchine, per difenderci ora con la teoria che soltanto l'iterazione, il sapere fare due volte la stessa cosa, diversa, ma uguale, libera il lavoro. Ora il crowdsourcing non soltanto ribalta questa tesi, sperando di trovare sempre la prima e unica volta di molti soggetti diversi (sostituendo con la somma degli addendi il risultato di uno solo), ma snatura anche la funzione stessa della committenza. Se ci pensate l'occhio del professionista consiglia quello del committente: si cerca un creativo non essendo in grado da soli di esserlo, ovvero di creare... Ovvio, no? Oggi, invece, si sceglie il creativo in base all'opera fatta! Significa cioè che il cliente è diventato improvvisamente dotato di regole per comprendere come fare e come scegliere, ovvero è in grado perfettamente di scartare.

Questo triplo salto carpiato non è meramente una questione legata alla riduzione dei costi di produzione, ma nasconde altro. Cerca di modificare la natura del lavoro, facendolo diventare un consumo. Non è semplicemente espropriazione di un *commons* o di lavoro gratuito, ma una vera e propria vendita in conto capitale altrui. Si vedano le campagne realizzate sui siti di crowdsourcing: sono indecorose. Fanno schifo, senza mezzi termini. Una cosa che mi fa anche piacere, da una parte, visto che poi il cliente dovrà pur usarne una, sputtanandosi da solo, ma ciò che risulta più evidente è il fatto che le gare si avviano realmente per creare community intorno ai brand, al punto che i grandi investitori lo fanno (a volte anche consigliate da creativi o marketer che non parteciperebbero mai a queste gare!) come campagna di marketing o per creare focus group, più che per motivi di outsourcing.

Cambiare natura al lavoro freelance: i metodi di espropriazione

L'intervento del Capitale, direbbe Formenti, per appropriarsi del valore prodotto segue precise modalità. *Felici e sfruttati* (Egea, 2011) non le descrive nella loro fenomenologia, parla genericamente di un'apparizione mediatica di prosumer e di esegeti e adepti della peer economy ecc. Se possibile, volevo entrare nei meccanismi. Vi faccio un esempio, relativo ai freelance. Come sapete stanno crescendo in maniera vertiginosa i sistemi di brokeraggio del lavoro intellettuale degli independent worker. Siti come eLance, Freelancer.com ecc. Crescono del 20% ogni mese. Freelancer.com ha raggiunto i 4 milioni di iscritti. Se si guarda in profondità come operano si possono ravvisare tre livelli significativi di distorsione del lavoro indipendente.

Venture capital di sé stessi?

Il primo, per esempio, messo in atto da Freelancer.com è il sistema d'asta del lavoro freelance. Ci aveva provato in maniera amatoriale un certo Fabian Loeaw con Jobdumping.de anni fa in Germania. I lavoratori svendevano il proprio salario pur di lavorare, ribassando il proprio costo orario: l'opinione pubblica e la legge l'hanno stroncato subito. Oggi è la pratica quotidiana sui portali per freelance. Ogni fornitore gioca contro gli altri, ognuno scommette sul suo guadagno come se fosse un *venture capital*, ma mette sul piatto una forma di "cottimo digitale". Questo è effettivamente un non-senso, un corto circuito logico. Vincono regolarmente vietnamiti, cinesi e

freelance delle aree più povere del mondo: la gara è sul costo della vita, alla fine, non sulle qualità del fornitore. Che cosa snatura questo meccanismo? In realtà la globalizzazione è solo il grilletto. Il colpo viene inferto alla prerogativa principale del lavoro autonomo di seconda generazione: la relazione e capacità di comprendere bisogni del cliente nella prossimità con lui, la capacità di entrare in contatto e interpretare i suoi desideri per creare soluzioni. Questi sistemi eliminano la qualità e riportano il lavoro al solo fattore di costo, costi quel che costi rispetto ad altri fattori.

Attenzione, però, i risultati sono ambivalenti, non soltanto negativi su scala locale. Un commentatore del mio blog, un Web developer, scrisse su questo tema: *“Io sono felice di questa situazione, per i seguenti motivi: 1) I clienti “rompipalle” che vogliono un sito come eBay per 100 euro, finiscono su freelance.com e simili; 2) Quelli che il sito lo fanno giusto per averlo idem; 3) Quelli che tanto non ti avrebbero pagato idem di nuovo; 4) Quella porzione europea che fa lavori per 100 euro probabilmente uscirà dal mercato, a vantaggio di tutti. Alla fine, quelli che restano e bussano alla nostre porte, sono clienti per i quali vale la pena spendere tempo per studiare le soluzioni più adatte a loro”*. Alla fine la percezione è che non siano mercati competitivi, ma sistemi di declassamento. Metodi per ritagliare nuovi contorni a categorie di professioni che accettano la reintroduzione del taylorismo e della competizione sul costo orario. In alcuni casi persistono limiti certificati di tipo linguistico e sembrano gli unici parametri protezionistici, unici veri confini geografici che restano, ma che potranno essere facilmente scavalcati in futuro da traduttori automatici, in stile shopping bot. Ancora non ci siamo arrivati, ma manca poco.

Indipendenti, meglio se per conto terzi

La seconda questione riguarda la natura dell'autonomia. Come viene citato da Formenti oggi crescono in Rete siti come oDesk che eseguono controlli sul lavoro. Non sulla qualità, ma sulla mera esecuzione. Fanno vedere al committente che ci siete. È una contraddizione in termini, in primo luogo, prima che una forma di sfruttamento: si cercano freelance indipendenti per ristabilire relazioni di controllo. L'obbligazione di mezzi, di cui parla il Codice Civile, se ci pensate, assume un contorno del tutto inedito.

Infine, c'è la più delicata delle questioni: l'intermediazione. Si prenda il caso di Twago che fa profitti sul lavoratore non sul committente. Il fee dell'intermediario lo paga soltanto il lavoratore, non il committente: l'inverso di quanto accade nelle pratiche più usate dagli head hunter. È una tassa sulla partecipazione, che tra l'altro si paga anche se non si vincono commesse, ma si deve sborsare per accedere al mercato. Ora lasciando perdere la legislazione italiana sugli intermediari che devono avere vincoli territoriali (e su questi siti non ci si pone minimamente la questione) per negoziare manodopera italiana, c'è un dettaglio non indifferente. Chi paga chi online? In realtà il committente mette soldi in cassa di Twago che sblocca a fine lavori su indicazione del cliente. E se il cliente non è soddisfatto? Con chi deve rivalersi il freelance? Quello che viene spacciato per un vantaggio (garantire il pagamento, che solitamente è anche a rischio su Web...) si configura invece come un ulteriore rischio perché si moltiplicano le relazioni tra le parti.

Il caso Huffington Post contro i blogger felici e sfruttati, poi non più così felici, ma solo sfruttati, si gioca esattamente su ambiguità di questo tipo: quale obbligazione esiste tra le parti se non c'era “obbligo formale” di produrre articoli secondo tempi, contenuti e modi? Ciò che è stato prodotto è stato comunque usato dall'HuffPost per fare profitti. E allora come la mettiamo? Il lavoro autonomo, come è noto, non ha obblighi se non di consegnare l'opera: è per definizione senza vincoli. Nel suo intervento a Milano durante lo IAB Forum Arianna Huffington ha ricordato la posizione nel contenzioso aperto con la class action promossa dai suoi blogger: non devono essere pagati perché non c'erano vincoli di produzione. La Huffington ribalta cioè la questione in maniera retorica, rimettendo in gioco il fordismo, riportando il taylorismo nel sistema di produzione! Dice: *“L'opera consegnata non era obbligatoria. Tu l'hai fatta con i miei mezzi, ora però è mia”*. Sei un operaio cognitivo senza contratto, altro che freelance. Ora sono curioso di capire come la giurisprudenza valuterà questo fatto, che se avesse ragione la Huffington saremmo di fronte a una rivisitazione completa dal diritto del lavoro autonomo mediato da tecnologie digitali. Il Web appianerebbe l'autonomia come un rullo e tra Blogosfere, Il Post, Linkiesta, Il Fatto Quotidiano, Lettera43 ecc. non è escluso che qualche situazione del genere non emerga anche in Italia...

La Rete è per intero una carta assorbente di “lavoro” cognitivo?

Nei sistemi di crowdsourcing puro le condizioni non si possono certamente definire “professionali”: più che riqualificare il lavoro prodotto, gli spazi offerti servono a ridefinire il consumo partecipato dei produttori, facendo fare esperienze di marca prima di tutto. I pubblicitari che di queste cose se ne intendono stanno alla larga. Lo stesso fanno alcuni giornalisti, designer, programmatori che hanno un minimo d’esperienza. Come è possibile pagare un testo, conteggiando le parole, ma escludendo averbi, parole di uso comune, elementi sintattici come fanno alcuni siti di crowdsourcing per scrittori?

L’ultimo libro di Formenti radicalizza la questione ed estende la problematica all’intera Rete, ponendo implicitamente la domanda: “Entrare in Rete, qualsiasi cosa si faccia senza ottenere remunerazione, è ipso facto, lavoro gratuito?” L’uso di un mezzo, sostiene Formenti, è già un lavoro, visto che comporta elaborazione cognitiva ed esperienza attraverso mezzi di altri: Google, Facebook, Twitter ecc. Citando la Wu Ming Foundation, ricorda che ogni volta che si accede a Facebook, senza saperlo, stiamo lavorando. Ma il lavoro in Rete è una produzione o un consumo di merci (o meglio servizi)? Si possono distinguere i due momenti? Perché se questo avviene sempre insieme – si produce soltanto consumando – siamo spacciati.

Da parte mia a evidenze simili – almeno sull’inutilità di ritagliare lo spazio del gratuito - sono arrivato da altri punti di partenza: l’economia del gratuito non funziona perché la circolarità dell’economia non si perde con il dono. Lo racconta bene Jacques Derrida (spettroscopicamente evocato anche da Formenti) nel saggio critico verso Marcel Mauss *Donare il tempo. La moneta falsa*. Alla fine Marcel Mauss non regalava i suoi saggi all’editore, si può sintetizzare. Ma come è possibile che sui blog italiani, in Rete, su Facebook, fin dall’inizio, da quando sono maturati e cresciuti esponenzialmente, non ci fosse uno straccio di discussione sul lavoro mediato da Internet? Ci sarà un motivo? Dove si inabissa la questione? Ieri è bastato avviare l’hashtag #nofreejobs su Twitter per aprire il vaso di Pandora. Formenti dirà: bravi, ma è uscito su Twitter! In meno di un’ora è diventato il terzo trend in Italia, dopo la crisi di governo e Mario Monti. In serata era al primo posto. Il paradosso è che si sta sempre di più radicando l’idea che dal gratuito possano anche nascere professioni, per esempio quella di blogger. Felici, sfruttati e pure sognatori. Mutuando la discussione di tre anni fa avviata dall’Harvard Business Review sul fatto se il manager fosse in sé una professione (e si arrivò a dire che no, non lo è), credo anche il blogger non sia una professione, ma le cose stanno prendendo direzioni strane. Ci stiamo convincendo che facendo gratis, partecipando, si possa vincere qualcosa. E allora chi deve mettere in guardia da queste storture? Come si esce dall’idiozia? Basta redistribuire il Jackpot, come tentano di fare i blogger sfruttati dalla Huffington, o circondare con recinti i Commons e non farli espropriare dentro *wallet garden* proprietari dietro i quali si cela la fine del Web?

Nuove coalizioni, non moltitudini

Io credo che nuove coalizioni tra freelance siano possibili. Parlo soltanto del lavoro professionale autonomo. Non per reclamare un posto nell’economia fordista, un posto fisso, ma per esercitare in maniera sostenibile il parricidio del committente, per rendere vivo e praticabile il paradosso di trovare datori rifiutandone l’eterodirezione. Alla fine il nostro capitalismo che non è capitalismo, con buona pace di Aldo Bonomi, consiste nel rifiutare l’eterodirezione, non quello di possedere capitali di qualche tipo, e vedere ugualmente remunerato il lavoro. Il diritto tributario dirime le questioni legate all’IRAP allo stesso modo, magra consolazione che sa di sberleffo. Non disponiamo di caratteristiche d’impresa: i mezzi sono nostri, questo sì, ma senza capitale o possibilità di reinvestire su di noi il surplus. Siamo lavoratori senza organizzazione e direzione, ma non imprenditori. Tassati sul lavoro, senza stato patrimoniale nel bilancio.

Oggi quelli come me possono sopravvivere soltanto insieme. Nessuno di noi potrà avere la forza di imporre ai committenti qualcosa da solo, il giro lungo che ci tocca fare è di lavorare sulla cultura del lavoro e sulla legislazione, forzare lo stato sociale e insistere sul Welfare privato in senso lobbistico. Un modello interessante è quello promosso dalla Freelancers Union che insegna prima di tutto quanto contano le persone, le coalizioni che si incontrano nella vita, mangiano insieme, e spengono il computer quando devono decidere. Si possono ottenere risultati interessanti. Ve ne cito uno solo, relativo al lavoro pagato o non pagato. L’azione di lobbying della Freelancers Union

ha portato all'approvazione nello Stato di New York del *Freelancers Payment Protection Act* per affidare al sistema pubblico la riscossione dei crediti dei freelance e sanzionare le imprese insolventi. Si ottiene garanzia sul rischio tramite il sistema pubblico, anzi lo si cede, visto che il recupero crediti costa e almeno di questo se ne fa carico chi tassa il sistema d'impresa. È un modo un po' complicato, girato in un verso inedito, di riformulare l'idea di Welfare State. Le coalizioni di questo tipo io credo sono in grado di ridisegnare ruoli sociali, recuperando potere su chi ha potere e l'ha usato a sproposito. Fare coalizione oggi forse vuol dire denunciare a cielo aperto i soliti inutili furbi, comprendere come affrontare insieme il rischio e trovare nuove condizioni di mutualità, quando possibile, difficilmente espropriabili da terzi, conservando le aree di beneficio condiviso non riducibile ai singoli. I soggetti di queste coalizioni tuttavia hanno nome e cognome, non sono generiche moltitudini, versione ricomposta di quella gente (*crowd*) senza volto che diventa presto sorgente (*source*) di profitto, e proteggono gli spazi di scambio senza accettare tasse di partecipazione, intermediazioni o lavoro gratuito.

Trento, 1o novembre 2011

PS. Volevo chiudere con il buon umore: quando ho cercato informazioni online sul libro di Formenti, qualche mese dopo che lui ne aveva dato notizia via Twitter pubblicizzando un articolo uscito sul *Corriere della Sera*, sono arrivato a un pezzo pubblicato su un portale dove si offrono contributi gratuiti. La recensione non era male, però era copiata.

| Social bookmark | Stampa | E-mail | PDF |

Ti potrebbero anche interessare: