

## I NUOVI ABITI DEL CAPITALISMO

di Evgeny Morozov

da <https://thebaffler.com/latest/capitalisms-new-clothes-morozov>

traduzione di lino caetani

I

In una serie di articoli straordinariamente preveggenti, il primo dei quali è stato pubblicato sul quotidiano tedesco Frankfurter Allgemeine Zeitung nell'estate del 2013, Shoshana Zuboff ha sottolineato un fenomeno allarmante: la digitalizzazione di tutto stava dando alle imprese tecnologiche un immenso potere sociale. Dalle modeste teste di ponte all'interno dei nostri browser, hanno conquistato, in stile Guerra-Lampo, le nostre case, automobili, tostapane e persino materassi. Spazzolini da denti, scarpe da ginnastica, aspirapolvere: i nostri subordinati oggetti domestici un tempo muti stavano diventando i nostri capi "intelligenti". I loro modelli di business hanno trasformato i dati in oro, favorendo un'ulteriore espansione.

Google e Facebook stavano ristrutturando il mondo, non solo risolvendo i suoi problemi. Il grande pubblico, sedotto dai giovani ambasciatori del mondo della tecnologia con cappuccio, lobotomizzato dai TED Talks, ne era all'oscuro. Zuboff ha visto una logica in questo pasticcio digitale; le aziende tecnologiche seguivano imperativi razionali e terrificanti. Averle attaccate per le violazioni della privacy ha fatto perdere di vista la portata della trasformazione, un tragico errore di calcolo che ha afflitto gran parte dell'attuale attivismo contro le Big Tech.

Questo errore analitico ha anche portato molte persone intelligenti e ben intenzionate a insistere sul fatto che la Silicon Valley dovrebbe, e potrebbe, pentirsi. Insistere, come fanno questi critici, che Google dovrebbe iniziare a proteggere la nostra privacy è, per la Zuboff, "come chiedere a Henry Ford di fare ogni Modello T a mano o chiedere a una giraffa di accorciarsi il collo". Gli imperativi del capitalismo della sorveglianza sono quasi di tipo evolutivo: nessuna politica intelligente, nemmeno al Congresso, è mai riuscita ad accorciare il collo della giraffa (ha però fatto miracoli per Mitch McConnell).

Il termine "capitalismo della sorveglianza" usato da Zuboff per descrivere questo regime, ha preso piede (che questo termine fosse stato usato in precedenza, e in modo molto più critico, dai marxisti della Monthly Review, è un piccolo inconveniente genealogico per Zuboff). Il suo nuovo, tanto atteso libro "The Age of Surveillance Capitalism" documenta in modo esaustivo le sue sinistre operazioni. Da Pokemon Go alle smart cities, da Amazon Echo alle bambole intelligenti, gli imperativi del capitalismo della sorveglianza, così come i suoi metodi, contrassegnati da continue menzogne, occultamento e manipolazione, sono diventati onnipresenti. I bei vecchi tempi delle sbronze solitarie sono ormai andati: anche le bottiglie di vodka sono diventate intelligenti, offrendo una connessione a internet. Per quanto riguarda i termometri rettali intelligenti discussi anche nel libro, probabilmente non si vuole sapere. Speriamo solo che il tuo portafoglio digitale sia fornito di bitcoin sufficienti a placare gli hacker.

Il libro di Zuboff chiarisce che le promesse dei "capitalisti della sorveglianza" sono tanto dolci così come la loro lobby è spietata. Le aziende tecnologiche, sotto la pomposa copertura di cambiare tutto a beneficio di tutti, hanno sviluppato una panoplia di trucchi retorici e politici che li isolano da

qualsiasi pressione dal basso. Aiuta, naturalmente, che l'unica pressione proveniente dal basso è di solito quella diretta ai pulsanti e agli schermi dei loro dispositivi che succhiano dati.

Se Donald Trump non fosse stato eletto presidente - secondo quanto riferito da quell'improvvisato mago dei dati di nome Steve Bannon, dai suoi sfortunati colleghi di Cambridge Analytica, e da un gruppo di russi che sono riusciti a usare Facebook come è sempre stato destinato a essere usato - il potere della Silicon Valley sarebbe potuto rimanere un argomento di nicchia: buono per una chiacchierata da nerd su Twitter sul circuito think-tank rinnegato, ma abbastanza inutile per qualsiasi altra cosa.

Zuboff si è inserita in questo discorso globale cinque anni fa, proprio quando i primi segni di malcontento circa il potere di Big Tech hanno iniziato a esplodere. La Silicon Valley non era estranea alle critiche, ma quella di Zuboff non era una critica ordinaria. Era una delle prime professoresse a ricevere un impiego alla Harvard Business School, ha anche lavorato come editorialista per Fast Company e Businessweek, due bastioni del tecno ottimismo non esattamente noti per il loro sentimento anti-capitalista. Se i membri dell'establishment stavano cominciando ad attaccare la Silicon Valley, qualcosa, a quanto pare, era veramente marcio nel regno digitale. Che cosa stava succedendo?

## II

Mentre l'uso di Zuboff dell'espressione "capitalismo della sorveglianza" è apparso per la prima volta nel 2014, le origini della sua critica risalgono a più anni addietro. Esse possono essere ricondotte alla fine degli anni '70, quando Zuboff ha iniziato a studiare l'impatto della tecnologia dell'informazione sul posto di lavoro, un progetto quarantennale che, oltre a portare a diversi libri e articoli, l'ha anche coinvolta in speranze utopistiche e in amare delusioni. Il disallineamento tra il possibile e il reale ha inquadrato il contesto intellettuale in cui, precedentemente cautamente ottimista sia sul capitalismo che sulla tecnologia, ha costruito la sua teoria del capitalismo della sorveglianza, lo strumento più oscuro e distopico del suo arsenale intellettuale fino ad oggi.

Le conclusioni pessimistiche del suo ultimo libro sono ben lontane da quelle che Zuboff andava affermando solo un decennio fa. Nel 2009, ha sostenuto che Amazon, eBay e Apple stavano "rilasciando enormi quantità di valore dando alle persone ciò che vogliono alle loro condizioni e nel proprio spazio personale". Zuboff arrivava a questa diagnosi ottimistica tramite la sua analisi generale di come la tecnologia dell'informazione stava cambiando la società; in questo senso, era una esponente di quella schiera di pensatori e pensatrici che sostenevano che una nuova era – alcuni la chiamavano "post-industriale", altri "post-fordista" – fosse su di noi.

È da quell'analisi - e dalle aspettative positive iniziali che ha generato - che è emersa l'attuale critica di Zuboff al capitalismo di sorveglianza. È anche il motivo per cui il suo ultimo tomo si avventura spesso, sia nel contenuto che nel linguaggio, nell'arena del melodrammatico: Zuboff, insieme all'intera istituzione manageriale americana, assediata dalle promesse della New Economy, aveva sperato che qualcosa di molto diverso fosse in vista.

Il suo primo libro, "In the Age of the Smart Machine", è apparso con grande successo nel 1988. In esso, Zuboff ha presentato un apparato concettuale e una serie di domande che sarebbero riemerse in tutti i suoi successivi scritti. Attingendo ad anni di lavoro etnografico in ambienti industriali e d'ufficio, il libro ha dipinto un futuro ambiguo. La tecnologia dell'informazione, sosteneva Zuboff, potrebbe esacerbare le peggiori caratteristiche dell'automazione, privare i lavoratori della loro autonomia e condannarli a compiti non dignitosi. Ma se usata con saggezza, potrebbe avere l'effetto opposto: aumentare le capacità dei lavoratori per il pensiero astratto e creativo e invertire il processo di declassamento del lavoro sotto il capitalismo denunciato da molti critici marxisti.

Unite dalla tecnologia informatica, le imprese moderne, nella concezione di Zuboff, hanno dovuto scegliere tra "automatizzare" o "informatizzare". Quest'ultimo era il suo termine per la loro nuova capacità di raccogliere dati - il "testo elettronico" - riguardo il lavoro mediato dai computer. Nell'era precedente della gestione scientifica di Frederick W. Taylor, tali dati venivano raccolti manualmente, attraverso studi di osservazione e di time-motion. Estrae la tacita conoscenza dei lavoratori sul processo di lavoro, i manager, incoraggiati dagli ingegneri, avrebbero potuto razionalizzarlo, riducendo drasticamente i costi e aumentando gli standard di vita.

Grazie ai progressi della tecnologia dell'informazione, la scrittura del testo elettronico stava diventando economica e onnipotente. Se questo testo fosse reso disponibile per i lavoratori, potrebbe persino minare le basi del controllo manageriale: il presupposto che il manager conosca meglio tutti i processi. Il testo elettronico generò ciò che Zuboff, seguendo Michel Foucault, descrisse come "potere panoptico". Legato alle pratiche autoritarie del modello di lavoro precedente, fortemente centralizzato, questo potere ha probabilmente rafforzato le gerarchie esistenti; i manager si nascondono dietro i numeri e governano a distanza invece di rischiare l'ambiguità della comunicazione personale. Amplificato dalla democrazia sul posto di lavoro e dalle regole egualitarie di accesso al testo elettronico, tuttavia, questo potere potrebbe consentire ai lavoratori di sfidare le interpretazioni dei manager sulle proprie attività, acquisendo potere istituzionale per se stessi.

“In The Age of the Smart Machine”, un libro sul futuro del lavoro e anche, inevitabilmente, sul suo passato, era straordinariamente silenzioso sul capitalismo. A parte la sua vasta bibliografia, questo ambizioso tomo di quasi cinquecento pagine menziona la parola "capitalismo" solo una volta, in una citazione di Max Weber. Sembra strano, dato che Zuboff non era certo un'apologeta delle aziende che aveva studiato. Non nutriva illusioni sulla natura autoritaria del posto di lavoro moderno, raramente un luogo per l'autorealizzazione dei lavoratori, e si dilettava nell'attaccare i manager ossessionati da se stessi e assetati di potere.

Nonostante tali note critiche occasionali, Zuboff ha addestrato la sua lente analitica sui conflitti istituzionali sulla conoscenza e il suo ruolo nel perpetuare o minare le gerarchie organizzative. La proprietà privata, la classe, la proprietà dei mezzi di produzione - la materia dei precedenti conflitti legati al lavoro - erano per lo più esclusi dal suo quadro. Ciò era imputabile alla sua impostazione progettuale generale piuttosto che ad una svista. L'obiettivo dello studio, dopo tutto, era comprendere il futuro del posto di lavoro mediato dalla tecnologia dell'informazione. L'approccio etnografico di Zuboff era semplicemente più adatto a intervistare manager e lavoratori su ciò che li distingueva piuttosto che a delineare gli imperativi economici che collegavano ciascuna impresa all'intera economia globale. Quindi la macchina intelligente dell'immaginazione di Zuboff operava in gran parte al di fuori dei vincoli invisibili che il capitalismo imponeva a manager e proprietari.

Mentre il "capitale" andava meglio - il libro lo menzionava una dozzina di volte - Zuboff non lo vedeva, come molti della sinistra marxista non vorrebbero fare, come una relazione sociale o un eterno antagonista del lavoro. Invece, Zuboff ha seguito gli economisti neoclassici nel vederlo come un macchinario o denaro legato agli investimenti; Il "Lavoro", a sua volta, è stato principalmente trattato come un'attività fisica. Anche se Zuboff menzionava anche il ruolo storico dei sindacati, i suoi lettori non avrebbero necessariamente afferrato il carattere antagonista di "lavoro" e "capitale", ma avrebbero sentito parlare soprattutto di conflitti situazionali all'interno dei singoli luoghi di lavoro, tra lavoratori e dirigenti.

Non c'era da stupirsi: Zuboff non era una marxista. Inoltre, era un'aspirante professoressa della Harvard Business School. Tuttavia, la sua difesa di posti di lavoro più equi e dignitosi ha suggerito che avrebbe potuto essere, almeno su alcune questioni, una compagna di viaggio per alcune cause di

sinistra. Ciò che la distingueva dalle voci più radicali in questi dibattiti era la sua costante insistenza sugli effetti ambigui della tecnologia dell'informazione. La scelta tra "automatizzare" e "informatizzare" non era solo un sottoprodotto analitico della sua struttura o un semplice sostegno retorico. Piuttosto, lo ha presentato come una scelta reale ed esistenziale per le aziende moderne alle prese con la tecnologia dell'informazione.

Tali scelte binarie - tra "capitalismo diffuso" e "capitalismo manageriale" e tra "capitalismo di promozione dei diritti" [advocacy nel testo, Ndt] e "capitalismo della sorveglianza" - animeranno anche i libri successivi di Zuboff. Ma anche in questa fase iniziale, non era chiaro se fosse giustificata nel fare il salto analitico osservando, sulla base del lavoro etnografico, che alcune delle aziende studiate hanno affrontato la scelta tra "informatizzare" e "automatizzare", passando alla più ampia conclusione che le condizioni esterne del capitalismo moderno e sempre più high-tech hanno universalizzato quella scelta per tutte le imprese, rappresentando una nuova congiuntura nello stesso sviluppo capitalista.

Accettata al valore nominale, la possibilità di una scelta reale piuttosto che postulata tra "automazione" e "informatizzazione" ha minato le tradizionali critiche del capitalismo come sistema di sfruttamento strutturale (e quindi inevitabile) o de-abilizzante. Nella nuova era digitale di Zuboff, un'alleanza agile e armoniosa tra lavoratori e dirigenti potrebbe consentire alle aziende intelligenti e illuminate di sbloccare il potere di emancipazione della "informatizzazione".

Qui possiamo intravedere i contorni più ampi dell'approccio di Zuboff al capitalismo: i suoi mali, alcuni dei quali era felice di riconoscere, non erano inevitabili sottoprodotti di forze sistemiche, come la ricerca del profitto. Piuttosto, erano la conseguenza evitabile di particolari accordi organizzativi che, pur avendo i loro usi in epoche precedenti, potevano ora essere resi obsoleti dalla tecnologia dell'informazione. Questa conclusione fiduciosa deriva quasi interamente dall'osservazione delle imprese capitaliste, poiché il capitalismo stesso - visto come una struttura storica, non come una semplice aggregazione di attori economici - era per lo più assente dall'analisi.

### III

La chiave della più recente teoria di Zuboff sul capitalismo della sorveglianza è la nozione di "surplus comportamentale", un perfezionamento del termine più volgare "scarico di dati" utilizzato da molti nel settore tecnologico. Risale alla distinzione tra informatizzazione e automazione enunciata nel suo primo libro. Ricordiamo che il testo elettronico, ribattezzato nell'ultimo libro come "testo ombra", ha un valore immenso per attori diversi, spesso antagonisti. Quando le "aziende di advocacy" lo implementano per potenziare i clienti, come ad esempio Amazon fa con le raccomandazioni sui libri tratte dagli acquisti di milioni di clienti, il testo elettronico segue il percorso utopico di informatizzazione, alimentando ciò che Zuboff chiama "ciclo comportamentale di reinvestimento". Quando le aziende tecnologiche utilizzano i dati estratti per indirizzare gli annunci e modificare il comportamento, creano il surplus comportamentale e questa svolta chiave crea "capitale di sorveglianza".

Google è l'esempio cardine della teoria di Zuboff. Nei suoi primi anni, quando aveva ancora bisogno di un modello di business - la concessione in licenza della sua tecnologia di ricerca ad altri siti era uno dei suoi primi, ma insufficienti, generatori di entrate - Google aveva il potenziale per diventare la società preferita di Zuboff "di promozione dei diritti": il suo unico incentivo per raccogliere dati era il miglioramento del servizio. Una volta abbracciata la pubblicità personalizzata, le cose sono cambiate. Ora Google voleva più dati degli utenti per vendere annunci, non solo per migliorare i servizi. I dati raccolti in eccesso rispetto al bisogno oggettivamente determinato di servire gli utenti - un'importante soglia introdotta da *The Age of Surveillance Capitalism* ma che non teorizza mai esplicitamente - è il surplus comportamentale di Zuboff. Come azienda capitalista,

Google vuole massimizzare tale surplus, espandendosi in profondità – andando sempre più a fondo ai dati della nostra essenza privata e di quella delle nostre famiglie - ma anche in larghezza, offrendo nuovi servizi in nuovi domini e diversificando le sue "risorse della sorveglianza".

In oltre settecento pagine, Zuboff descrive questo "ciclo di espropriazione" in tutta la sua ignominia: siamo regolarmente derubati, le nostre esperienze rapite ed espropriate, le nostre emozioni saccheggiate da "mercenari della personalità". Descrive vividamente l'insopportabile "intorpidimento psichico" indotto dai capitalisti della sorveglianza. "Dimentica il cliché che *se è gratuito allora il prodotto sei tu*", esorta. "Non sei il prodotto; sei la carcassa abbandonata. Il "prodotto" deriva dal surplus che viene strappato dalla tua vita ". Il peggio, tuttavia, deve ancora arrivare, sostiene, poiché i giganti della tecnologia passano dalla previsione del comportamento alla progettazione. "Non è più sufficiente automatizzare i flussi di informazioni su di noi", avverte; "L'obiettivo ora è quello di automatizzarci".

Questa nuova infrastruttura globale per il comportamento ingegneristico produce "potere strumentale", in quanto il "potere panoptico" del primo libro di Zuboff trascende le pareti della fabbrica e penetra nell'intera società. A differenza del potere totalitario, evita la violenza fisica; ispirato alle intuizioni comportamentali brutali di B.F. Skinner, ci porta invece verso i risultati desiderati (pensa alle compagnie assicurative che applicano premi più elevati ai clienti più rischiosi). "Il calcolo sostituisce così la vita politica della comunità come base per la governance", conclude Zuboff. Invece di fondare un giornale fascista, oggi Benito Mussolini probabilmente inseguirebbe il capitale di rischio, lanciando app e padroneggiando l'arte marziale dell'hacking esponenziale.

Zuboff insiste sul punto, addebitando questa "tirannia" emergente agli intellettuali organici della Silicon Valley, uno strano gruppo di utili idioti e imprenditori disonesti arroccati in istituzioni quasi accademiche come il Media Lab del MIT. Chiamare questo sistema che schiaccia le anime con il proprio nome, sostiene, è il prerequisito per un'efficace contro-strategia, poiché la sua "normalizzazione ci lascia cantare con le nostre catene". Non è un compito facile, poiché il potere ideologico esercitato da Big Tech - con i suoi gruppi di riflessione, lobbisti, conferenze tecnologiche - è immenso.

Il dibattito politico attuale, tuttavia, non riesce a comprendere la dimensione sistemica del problema. Importa se il nostro comportamento viene modificato da dieci o due "capitalisti di sorveglianza"? Insistere su "crittografia avanzata, miglioramento dell'anonimato dei dati o proprietà dei dati" è sbagliato, sostiene Zuboff, in quanto "tali strategie riconoscono solo l'inevitabilità della sorveglianza commerciale".

Tuttavia, Zuboff propone alcune soluzioni, ripetendo la richiesta del suo libro precedente di un "diritto al santuario", oltre a insistere su un diritto al "tempo futuro". Il diritto dell'Europa all'oblio, che consente agli utenti di richiedere la scomparsa dai risultati della ricerca di informazioni obsolete o errate, si muove in quella direzione. Zuboff spera anche che un nuovo movimento sociale spingerà verso istituzioni democratiche più forti e assicurerà che l'esperienza umana non si riduca a una "merce fittizia", proprio come i precedenti "doppi movimenti", descritti da Karl Polanyi in *The Great Transformation*, che hanno sfidato la mercificazione di lavoro, terra e denaro. I capitalisti illuminati, come Apple, faranno il resto.

#### IV

Più che un appello alle vittime del capitalismo della sorveglianza, il nuovo libro di Zuboff cerca di decodificare il suo significato storico più ampio. In una sola frase, è questo: "Google ha inventato e perfezionato il capitalismo della sorveglianza più o meno allo stesso modo di come un secolo fa la

General Motors ha inventato e perfezionato il capitalismo manageriale". Questa frase non significa suggerire che ciò che è buono per Google sia buono anche per l'America, anche se questa proposta avrebbe ottenuto un ampio consenso da parte di molti incaricati dell'amministrazione Obama. Piuttosto, Zuboff sostiene che il capitalismo della sorveglianza non è lo stesso vecchio capitalismo solo che con una maggiore sorveglianza; piuttosto, è un nuovo "ordine economico", una "forma di mercato", una "logica di accumulazione".

Per comprendere il funzionamento interno di questo nuovo regime, dobbiamo anche comprendere quello del suo predecessore. Alfred Chandler, il bardo del "capitalismo manageriale" di Harvard, è stato un interlocutore importante e frequente nelle precedenti opere di Zuboff. Mentre a malapena viene menzionato nel suo ultimo libro, la sua struttura, che rappresenta una rottura tra il capitalismo manageriale e il suo successore basato sulla sorveglianza, è inconfondibilmente Chandleriano.

Professore di storia aziendale, Chandler sosteneva che, a partire dalla metà del diciannovesimo secolo, la "mano invisibile" del mercato, allora composta da piccole e aziende prevalentemente a conduzione familiare, venisse sempre più sopraffatta dalla "mano visibile" dei manager e professionisti che lavoravano per grandi aziende.

Chandler trovò molto da apprezzare in questa trasformazione: un coordinamento amministrativo superiore all'interno della società moderna, ampiamente espansa, ridusse drasticamente i costi di coordinamento, consentendo i tipi di attività economica che erano difficili da realizzare in un caotico mercato di piccoli produttori che per lo più dovevano contrattare l'un l'altro.

La narrazione di Chandler aveva un ampio potere esplicativo. Dal 1850 in poi, le aziende delle industrie ad alta intensità di capitale sfruttarono il potere di tecnologie di trasporto e comunicazione in rapido cambiamento per aumentare drasticamente la portata delle loro operazioni. La rivoluzione tecnologica ha permesso loro di accedere a mercati nuovi e sempre più omogenei, di garantire una maggiore e continua fornitura di materie prime, nonché di automatizzare parti del processo di produzione. Questa scala più ampia, a sua volta, ha portato a drastiche riduzioni dei costi di produzione, portando a prezzi più bassi, con grande gioia delle nuove generazioni di consumatori.

Tale espansione aziendale richiedeva un'amministrazione attenta e attiva, soprattutto quando divenne chiaro che molte funzioni che prima erano esterne all'azienda - dalla distribuzione al marketing, un tempo appannaggio dei fornitori indipendenti di servizi di nicchia - ora potevano essere svolte in modo più efficace e sicuro se introdotte all'interno dell'azienda, in un processo noto come "integrazione verticale".

I capitalisti, se speravano di rimanere in gioco, non avevano altra scelta che rivolgersi ad un aiuto esterno.

Ecco come è nata la classe manageriale americana. Il suo presupposto operativo, fin dall'inizio, era semplice ma potente: raggiungere una maggiore efficienza significava ingrandirsi. Quei fastidiosi marxisti, che insistevano sempre su qualcosa chiamato "capitalismo monopolistico", non avevano mai incontrato il tipo di capi affascinanti e coscienti che passavano attraverso le lezioni di strategia di Chandler alla Harvard Business School. Il loro potere di mercato era un guadagno per la società. Marx, sostenendo che la classe operaia rappresentasse gli interessi universali dell'umanità, ha ottenuto tutto il contrario: per Chandler, era chiaramente la classe manageriale.

Chandler era uno studente del grande sociologo americano Talcott Parsons, che ha introdotto l'approccio funzionalista nella sociologia. Si presumeva che i sistemi sociali avessero determinati bisogni e il loro adempimento, intrapreso dalle loro varie parti costituenti, era parte integrante del continuo funzionamento di questi sistemi. Man mano che si verificano cambiamenti storici più ampi, anche le esigenze dei sistemi sociali cambiano, e così pure le funzioni e le operazioni delle loro parti costituenti. Inizia un processo di adattamento. Gli storici che lavorano nel quadro di

Parsons di solito studiano questo processo facendo una cronaca dei molti successi o dei fallimenti dell'adattamento di fronte al mutevole ambiente esterno.

Da buon parsoniano, Chandler fece proprio questo sostenendo che il capitalismo manageriale - la giusta risposta evolutiva al mutevole ambiente della metà del diciannovesimo secolo - emerse mentre le imprese seguivano gli imperativi del cambiamento tecnologico. Lo hanno fatto ridefinendo il confine tra il mercato e l'impresa (attraverso l'integrazione verticale) e inventando nuove strutture organizzative (come l'impresa multidivisionale) per produrre maggiori efficienze. Nel caso americano, questo adattamento è avvenuto solo per le aziende che sono state in grado di raggiungere quelle che Chandler chiamava "economie della velocità". Queste aziende potrebbero sfruttare meglio la capacità di produzione esistente semplicemente garantendo la fornitura continua di materie prime e la distribuzione più rapida dei prodotti finali. I mercati sono stati meno efficaci in questi due compiti; quindi, queste funzioni dovevano essere portate in casa, cioè sotto il controllo dei dirigenti.

Come scoprì Chandler, tuttavia, altri paesi svilupparono le proprie forme di capitalismo manageriale che non erano contrassegnate dalla presenza di "economie della velocità". La sua teoria si è così estesa al quadro più convenzionale di "economie di scala" e "ambito" (dove, ad esempio, un'azienda è stata in grado di sfruttare meglio le sue "capacità organizzative" esistenti espandendo costantemente la sua linea di prodotti). Le aziende che hanno sfruttato appieno queste economie hanno guadagnato il vantaggio della prima mossa e hanno dominato le loro industrie, che, secondo Chandler, hanno aumentato l'efficienza e l'innovazione complessive.

È importante cogliere il vettore generale dell'argomento di Chandler prima di tornare a Zuboff. Chandler inizia concentrandosi su quello che sembra un fenomeno innegabile: l'esistenza di grandi aziende con strutture organizzative simili: la materia del "capitalismo manageriale". Si presume che questo accordo sociale sia più efficiente di quello che lo ha preceduto: il capitalismo a conduzione familiare. Questa efficienza, a sua volta, è spiegata dalle maggiori dimensioni delle imprese studiate, mentre le dimensioni stesse sono spiegate dalla capacità dei manager di coordinare le cose meglio dei mercati.

Indossando il manto dello storico, il teorico del business Chandleriano si avventura negli archivi per illustrare il modello analitico elaborato altrove. La storia aziendale scritta in questo senso è in realtà una sociologia funzionalista sotto mentite spoglie, ed è di tipo piuttosto volgare. Usa enormi quantità di prove storiche solo per trovare prove della validità di modelli analitici preselezionati e mai messi in discussione sotto il controllo di categorie come il capitalismo manageriale.

Questa non è storia ma una spedizione di pesca. Cos'altro può essere quando nessuna prova storica è mai autorizzata a minare il meccanismo causale originale dietro il modello analitico - quello che postula che il cambiamento è spinto dall'adattamento e dall'evoluzione, non dalle lotte di potere e dalla rivoluzione? Come risultato di questo handicap analitico autoimposto, le relazioni di potere quasi sempre scompaiono alla vista. La fredda spinta formalista della versione della storia di Chandler-Parsons ci porta in una sorta di bizzarra democrazia, quella in cui tutti sono costretti ad adattarsi e non emergono mai sforzi collettivi organizzati per far sì che alcuni attori storici si adattino più o meglio di altri.

La storia aziendale di Chandler è solo storia in quanto attinge a dati storici per dimostrare ciò che postula, vale a dire che il capitalismo manageriale è guidato dagli imperativi del capitalismo manageriale e chiunque li afferra e si adatta a loro sopravvive. Naturalmente possiamo trovare molte prove storiche per illustrare questa tesi. Tuttavia, se le grandi aziende e i loro dirigenti non vengono trascinati fin dall'inizio nel quadro del capitalismo manageriale, allora potremmo scoprire molte altre narrazioni storiche e modelli analitici per giustificare la loro esistenza. Gli storici

normalmente testano tali modelli uno contro l'altro, stabilendosi su quello che spiega di più con meno. Ma i Chandleriani di solito saltano questo passaggio - un'omissione cruciale che spesso diventa invisibile quando montano flussi di dati, grafici, diagrammi e definizioni per descrivere il funzionamento interno dell'unico regime che hanno scelto di analizzare.

Il metodo di Zuboff, sia nel suo ultimo libro che nei due precedenti, è Chandleriano alla lettera. Si presume che il capitalismo di sorveglianza, come il suo predecessore manageriale, abbia imperativi che i capitalisti di sorveglianza di successo devono seguire. Questi sono gli imperativi di estrarre i dati e prevedere il comportamento. Coloro che lo fanno bene — Google e Facebook — sfruttano le economie di scala (estraendo il maggior numero possibile di dati), portata (reperimento da varie fonti) e azione (producendo i risultati desiderati, come convincere gli utenti a fare clic su un annuncio o facendoli toccare dai fitness tracker). Gran parte di *The Age of Surveillance Capitalism* è dedicato all'esplorazione di questi imperativi ed economie in dettaglio. Zuboff elabora le loro dinamiche con grafici rivelatori e modelli lucidi, mostrando come modellano le strategie delle imprese.

La spiegazione storica di Zuboff per l'emergere e il consolidamento del capitalismo della sorveglianza è anche nello spirito Chandleriano. Proprio come le compagnie del diciannovesimo secolo affrontarono una scelta tra capitalismo a conduzione familiare e capitalismo manageriale, la "civiltà dell'informazione" dell'inizio del XXI secolo affrontò una scelta tra capitalismo orientato alla difesa e capitalismo della sorveglianza. Quest'ultimo ha trionfato a causa delle affinità selettive tra gli imperativi dei capitalisti della sorveglianza, i bisogni informativi del Pentagono post-11 settembre e l'ambiente favorevole creato dalla deregolamentazione neoliberista. Gli aderenti ad un capitalismo istituzionale nel frattempo, non sono riusciti a organizzare la lotta politica per fondare il loro regime nelle istituzioni politiche e sociali.

La nuova scelta tra capitalismo di promozione dei diritti e capitalismo della sorveglianza non è un prodotto del cambiamento tecnologico o della competizione economica. Invece, sostiene Zuboff, ha seguito le mutevoli esigenze dei consumatori. Si appoggia qui al lavoro di Joseph Schumpeter, un altro dei mentori di Chandler, per mettere il consumatore al centro del cambiamento storico: le mutevoli esigenze dei consumatori innescano nuove strategie di adattamento tra le imprese. Tali strategie, tuttavia, diventeranno sostenibili - trasformandosi in una nuova forma di mercato - solo se sostenute da nuove leggi e istituzioni.

Paradossalmente, questa pressione per istituzionalizzare nuove forme di mercato non è sempre venuta dai consumatori, ma piuttosto dai "doppi movimenti" di coloro che sono stati negativamente colpiti dal processo di adattamento. (I lavoratori sono stati tradizionalmente in prima linea in tali lotte). Il paradosso si risolve facilmente, tuttavia, una volta che si presume che gli interessi dei consumatori siano allineati con quelli dei lavoratori che lavorano duramente in grandi fabbriche che aumentano l'efficienza; queste ultime producono prodotti di consumo più economici che vengono consumati anche dagli stessi lavoratori. Zuboff sostiene pienamente la conclusione di Schumpeter secondo cui "il processo capitalista, non per coincidenza ma in virtù del suo meccanismo, aumenta progressivamente lo standard di vita delle masse". Marx si stravolge ancora una volta: gli imprenditori, non più rappresentanti degli interessi universali dell'umanità, devono ora cedere quel ruolo ai consumatori.

È interessante notare che Zuboff non segue Schumpeter nella sua previsione che la combinazione Chandleriana di industria su larga scala e democrazia di massa comporterà il collasso del capitalismo, poiché lo spirito imprenditoriale viene domato dall'eccessiva burocrazia e dalle continue richieste di maggiore benessere sociale. Piuttosto, vede i vari tipi di emancipazione sociale raggiunti dai doppi movimenti come una forza stabilizzatrice che consentirà a ogni nuova forma di mercato, intrisa di potenziale rivoluzionario, di mantenere le sue prime promesse.



Piuttosto, sostiene che questo è esattamente ciò che è accaduto sotto il capitalismo manageriale. Quel regime si basava sulle reciprocità esistenti tra capitalisti e società: i lavoratori ottennero salari dignitosi, tacevano e in cambio ottenevano prodotti relativamente economici. Quel regime, tuttavia, non era fissato nella pietra e Zuboff credeva nella possibilità di cambiamento e miglioramento all'interno del capitalismo, guidato dai bisogni dei consumatori.

Perché rinegoziare qualcosa di così efficace? Secondo Zuboff, il segreto oscuro dietro il capitalismo manageriale era il suo uso aggressivo del marketing. I signori delle vendite e del marketing hanno reso prodotti standardizzati come la model T di Ford che attirano i consumatori che devono essere standardizzati. Ma la rivoluzione informatica degli anni '90 ha presagito la fine di tale standardizzazione forzata, specialmente quando i consumatori emancipati post-1968 sono diventati più sofisticati e hanno richiesto nuove esperienze. La delusione di Zuboff nel capitalismo di sorveglianza è modellata da quella precedente speranza di un regime successore ancora migliore del capitalismo manageriale. Il suo libro del 2002 *The Support Economy*, scritto insieme a suo marito James Maxmin, sosteneva che un ordine economico emergente molto diverso, il "capitalismo diffuso", sarebbe proprio questo successore. E i rapidi cambiamenti nella tecnologia dell'informazione lo hanno reso ancora più probabile.

Dato che la ferrovia ci ha dato la "società totalmente amministrata" di Adorno, il web ci avrebbe dato un'economia che supporta, non gestisce. Potrebbe persino resuscitare federazioni di aziende simili a una corporazione, che Chandler aveva condannato alla pattumiera della storia, le cui funzioni sono state superate da società centralizzate e integrate verticalmente. Il futuro del capitalismo diffuso ha favorito la disintegrazione verticale: le imprese non gestiscono più i propri sistemi di contabilità, gestione stipendi o logistica, ma semplicemente li raggruppano in un'unica piattaforma web condivisa, accessibile a tutti i membri della federazione. La disintegrazione verticale ha anche significato che i conflitti di conoscenza che si profilavano così tanto nel primo libro di Zuboff sarebbero presto svaniti: le grandi e centralizzate aziende che hanno dato origine a tali conflitti si sarebbero gradualmente dissolte, trasformandosi in entità magre e orizzontali private della classe manageriale affamata di potere.

La maggior parte delle aziende, sostenevano Zuboff e Maxmin, pensavano ancora in termini obsoleti di produzione di massa; hanno usato la tecnologia dell'informazione per dirottare l'autonomia dei loro clienti e per trattarli con condiscendenza. Invece, queste aziende dovevano abbracciare il "capitalismo diffuso" e coltivare consumatori sofisticati e multidimensionali. Questo era nell'interesse delle aziende, avvicinandole al valore attuale. Sotto il capitalismo manageriale, il valore è stato prodotto nello "spazio organizzativo" dell'azienda; sotto il capitalismo diffuso, si trova fuori, nello "spazio individuale". Il compito dell'azienda era di catturarlo:

*Una volta che si ritiene che il valore risieda negli individui, tutto cambia. Le imprese non “creano” più valore; possono solo sforzarsi di realizzare il valore che esiste già nello spazio individuale. In questo modo, il capitalismo distribuito espande ulteriormente il concetto di proprietà. Non solo la proprietà azionaria è dispersa, ma il valore stesso è disperso. Gli individui “possiedono” le fonti di valore, poiché tutto il valore ha origine nelle loro esigenze e tutti i flussi di cassa derivanti dal soddisfacimento di tali esigenze. . . . Come origini del valore e fonte di tutto il flusso di cassa, gli individui non possono più essere cancellati come “consumatori” anonimi che si trovano all'estremità della catena del valore, divorando il valore creato dai gestori e sottoscritto dagli azionisti. Al contrario, sono le principali parti interessate nelle nuove strutture collaborative che sono fundamentalmente allineate con i requisiti della realizzazione del valore della relazione.*

Tradotto nel linguaggio di oggi, la premessa centrale di *Support Economy* era che le aziende intelligenti avrebbero dovuto cogliere l'opportunità di offrire "LaaS": Life as a Service. Questa fu

una risposta razionale agli individui moderni che aprivano i loro libretti degli assegni e passavano le loro carte di credito non perché fossero stati ingannati dagli imperativi della produzione di massa, ma perché, incoraggiati dall'apparato di supporto dei capitalisti illuminati, erano finalmente "pionieri di nuovi tipi di esperienze di consumo, sperando di trovare quello che stanno cercando. "

"Gli odierni sognatori di autodeterminazione psicologica", hanno affermato Zuboff e Maxmin, "vogliono acquistare qualcosa che non è mai stato in vendita: il supporto nell'invenzione e il sostentamento di una vita unica". Le virtù del capitalismo diffuso e la sua superiorità sul capitalismo manageriale erano abbastanza chiare: "Non più un'astrazione anonima, l'individuo come il creatore di tutto il valore e la fonte di tutto il denaro gode di opportunità strutturalmente basate per la propria libertà di espressione e la partecipazione al governo. "

Un'azienda ha ricavato miliardi da questa retorica contro culturale di empowerment individuale e autodeterminazione, esortando tutti noi a "pensare diversamente", preferibilmente pagando per i suoi prodotti costosi. A partire dalla sua famosa pubblicità del 1984, Apple fece del suo meglio per convincere il pubblico che i suoi prodotti erano le armi più efficaci nella ribellione globale contro la rigidità della società di massa. Zuboff ritiene che il marketing fosse autentico e che ci fosse qualcosa di veramente serio nella proposta di Apple di lanciare una nuova modernità. In Support Economy, era già in lizza per "una Federazione di Apple", che poteva "attrarre individui e collegi elettorali attirati dal suo stile di astuzia intelligente ma stravagante e dai suoi potenti valori creativi e high-tech".

Tale Apple-philia pervade anche il suo ultimo libro. Una volta la compagnia ha mantenuto la promessa, scrive Zuboff, di "un capitalismo di terza modernità convocato dalle aspirazioni autodeterminanti degli individui e degli indigeni nell'ambiente digitale". Purtroppo, non è emerso alcun Apple-ism corrispondente al Fordismo di Ford, la vera tragedia degli anni 2000. Invece, il modello di Google ha vinto; il capitalismo manageriale è stato seguito dal capitalismo della sorveglianza, non dal capitalismo diffuso.

## VI

I presupposti di fondo dell'argomento di Zuboff possono ora essere dichiarati in modo più esplicito: il "capitalismo manageriale", cementato da un patto sociale tra capitalisti e società, ha avuto i suoi usi, ma, all'inizio degli anni 2000, era tempo di provare qualcosa di nuovo. Il capitalismo diffuso — reinventato come capitalismo "orientato alla partecipazione" nel suo ultimo libro — era il suo erede naturale. Apple avrebbe potuto guidare un nuovo patto sociale, ma fallì in quella missione. Google, a sua volta, ha beneficiato delle ansie relative ai dati post 11 settembre, mentre decenni di vittorie nella politica delle firme del neoliberismo hanno reso più facile evitare la regolamentazione. Mentre il capitalismo di sorveglianza ha trionfato sul tipo di "promozione dei diritti", dovrebbe emergere un doppio movimento per creare le condizioni istituzionali che consentirebbero all'ideologia di Apple di riempire gli spazi politici ed economici lasciati dal fordismo.

Prima di valutare la validità e l'importanza di questi argomenti, è importante ricordare quanto devono al quadro Chandleriano. La narrazione di Zuboff è valida perché è in grado di sostenere l'esistenza di tre diversi regimi, ognuno con il proprio insieme di imperativi ed economie distinti. Questi regimi descrivono le operazioni di grandi attori economici: General Motors e Ford nel caso del capitalismo manageriale; Google e Facebook nel caso del capitalismo di sorveglianza; Apple e la prima Amazon, quella pre-Alexa, nel caso del capitalismo di promozione dei diritti.

Da sole, tuttavia, tali descrizioni hanno poco peso, dal momento che possiamo trovare molti modi alternativi per tagliare la realtà economica e politica. Tali approcci alternativi potrebbero invocare diversi insiemi di imperativi, ma possono comunque offrire migliori resoconti su ciò che guida

questi stessi attori economici. La struttura Chandleriana, fondata su spiegazioni funzionaliste, non ammette facilmente l'esistenza di narrazioni alternative. Il suo forte potere esplicativo deriva in parte dalla sua postura autoimposta di funzionalismo onnisciente; I Chandleriani non si preoccupano spesso di impegnarsi in spiegazioni alternative in qualsiasi modo di ricerca, anche se solo per liquidarle come inaccurate. Di conseguenza, i tipi di domande importanti che normalmente modellano la scelta di schemi esplicativi: il quadro analitico scelto spiega la realtà meglio delle alternative? ha molto potere predittivo? - raramente vengono formulate.

Pertanto, i lettori di *The Age of Surveillance Capitalism* cercheranno, invano, la presa di posizione di Zuboff sul "capitalismo delle piattaforme" o sul "capitalismo cognitivo" o sul "biocapitalismo", alcuni dei modi alternativi e consolidati per inquadrare lo stesso insieme di problemi storici e politici. Che questi quadri rivali non spieghino il "capitalismo della sorveglianza" come lo definisce Zuboff è ovvio; che non descrivano alcuni degli stessi fenomeni che lei tiene sotto quell'etichetta non è affatto ovvio. Eppure la messa in discussione di Zuboff su spiegazioni alternative non arriva mai. Forse settecento pagine non erano sufficienti.

Lo stesso problema affliggeva i suoi libri precedenti. *Support Economy* non fa menzione di dibattiti di lunga data sul post-fordismo (un termine che non compare mai nel libro stesso). Allo stesso modo, nell'era della macchina intelligente, vengono ignorate le critiche all'automazione, nonché i numerosi suggerimenti per l'uso della tecnologia dell'informazione in modi più umani e non automatizzati, suggerimenti che erano già stati formulati dalla disciplina ormai dimenticata di gestione della cibernetica. Zuboff lavora in uno stile molto diverso: delinea quello che ritiene essere un fenomeno unico, descrivendolo in profondità, ma senza costruire ponti (se non altro per bruciarli) con le concezioni alternative di quello stesso fenomeno.

Il mondo ha bisogno di un nuovo Chandler per capire la trasformazione del capitalismo nell'era digitale? In tal caso, Zuboff è la candidata principale a questo ruolo. Ma le maggiori correnti di cambiamento storico indicano fortemente che abbiamo bisogno di meno Chandler, non di più. La struttura Chandleriana, nonostante tutte le sue intuizioni analitiche, è cronicamente cieca alle relazioni di potere, il risultato della sua innata mancanza di curiosità verso le spiegazioni non funzionaliste. Ciò, a sua volta, limita le opportunità per i Chandleriani di individuare imperativi spesso taciti ma inevitabili imposti dal sistema capitalista. Di conseguenza, tutte queste teorie - del "capitalismo manageriale", del "capitalismo di promozione dei diritti", del "capitalismo della sorveglianza" - hanno molto da dire su ciascuno degli aggettivi che li qualificano ma tacciono sulle questioni del capitalismo stesso, di solito riducendolo a qualcosa di relativamente banale, come il fatto che ci siano mercati, materie prime e patti sociali occasionali tra i capitalisti e il resto della società.

L'accoglienza del lavoro di Chandler è un esempio emblematico. Per i suoi critici, il racconto di Chandler sul capitalismo manageriale era solo un'elaborata fiaba, che consentiva alle élite americane di legittimare il loro dominio con miti che rivaleggiavano con quelli che ora emergono dalla Silicon Valley. Chandler lodò i quadri manageriali americani, i presunti campioni di efficienza, per aver servito non gli interessi del capitale ma quelli della società. Zuboff ha accettato molto nel racconto di Chandler, cavillando solo con la durabilità del capitalismo manageriale di fronte al cambiamento tecnologico, il suo tributo sul mondo interno dei consumatori e la sua cultura organizzativa altamente sessista, narcisistica e gerarchica.

I critici di Chandler, al contrario, lo accusarono del crimine metodologico di invertire la causalità della spiegazione storica. Ciò che ha guidato l'espansione dell'industria americana è stata una ricerca di profitto e potere, non una ricerca di efficienza; la seconda, dove nacque, era il sottoprodotto della prima. Incentrate sulla redditività a lungo termine, le aziende hanno cercato di guadagnare quote di mercato attraverso pratiche anti-concorrenziali, come sconti, tangenti e

contratti esclusivi. I prezzi bassi sono stati raggiunti non solo o principalmente attraverso l'efficienza, ma anche esternalizzando i costi di produzione per la società (ad esempio l'inquinamento), sopprimendo i diritti dei lavoratori e ostacolando modalità alternative non commerciali di organizzazione sociale.

Queste nuove e occasionalmente sovversive attività richiedevano una nuova classe manageriale. Tuttavia, lobbismo, sabotaggio e attivismo anti-lavoro al di fuori dell'azienda avevano la stessa importanza di una gestione intelligente al suo interno. Tali azioni non sono state guidate da considerazioni di efficienza, anche se hanno aumentato le dimensioni delle imprese. Molte delle fusioni orizzontali celebrate da Chandler furono, allo stesso modo, spinte unicamente dalla necessità di consolidare il potere o semplicemente sopravvivere; spesso hanno effettivamente ridotto l'efficienza. Le grandi imprese devono essere valutate non solo in termini di efficienza che hanno prodotto, ma anche in termini di efficienza che hanno soppresso.

Per i critici, la domanda principale non era se le mani del coordinamento sociale fossero visibili (alla Chandler) o invisibili (alla Adam Smith), ma piuttosto se fossero sporche. E, per la maggior parte, lo erano, specialmente quando si trattava di procurarsi un approvvigionamento continuo di materie prime dall'estero. In quel contesto, le odi di Chandler al capitalismo manageriale erano solo il rovescio della medaglia delle teorie del sottosviluppo avanzate dagli economisti critici in America Latina: il buon funzionamento del capitalismo manageriale americano era a costo di rendere disfunzionali molte economie straniere e stentate nel loro sviluppo. Queste economie divennero semplici appendici del sistema produttivo americano, incapaci di sviluppare la propria industria.

Il disaccordo più importante riguardava chi ha "costruito" il capitalismo manageriale. Per Chandler, è stata la spinta dello sviluppo tecnologico esogeno e gli imperativi della società di massa. Per i suoi critici - che preferivano invece termini come "liberalismo corporativo" - erano i capitalisti che, trovando alleati nell'apparato statale, intrappolavano tecnologie aperte all'interno di strette agende aziendali. I manager furono la conseguenza, non la causa, di tali sviluppi.

Dal momento che Zuboff, come Chandler, non ha dovuto impegnarsi completamente in tali critiche, potrebbe permettersi di suscitare nostalgia delle "reciprocità costruttive produttore-consumatore" del capitalismo manageriale nei suoi precedenti lavori. Non aveva familiarità con la tesi del "liberalismo corporativo", citando persino Martin Sklar, uno dei suoi principali sostenitori, in *The Support Economy*. Eppure non ha fatto uso di tali critiche. Invece, ha continuato a vedere il capitalismo manageriale come un compromesso vantaggioso per tutti tra consumatori, lavoratori e produttori; cementato attraverso le istituzioni democratiche, ma, purtroppo, ancora privo di opportunità di autorealizzazione individuale

Una contabilità completa dei metodi e dei costi del capitalismo manageriale, tuttavia, deve guardare oltre l'asse consumatore-produttore-lavoratore. Che cosa significava per le relazioni razziali, la struttura familiare, l'ambiente, il resto del mondo? Che dire dell'autodeterminazione delle persone al di fuori del mercato? Il suo regime putativo successore, che sia radicato nella promozione dei diritti o nella sorveglianza, non dovrebbe essere valutato su questa scala molto più ampia di costi potenziali? Queste considerazioni aggiuntive, tuttavia, non entrano mai veramente nel quadro, poiché il tenore funzionalista generale dell'argomento detta già i criteri stessi su cui deve essere valutata l'attrattiva del nuovo regime.

## VII

È molto più facile fare i conti con i paradossi del pensiero di Zuboff considerandola la vera controparte americana del marxismo autonomo italiano. Se Toni Negri insegnasse alla Harvard Business School, suonerebbe come Shoshana Zuboff. Nel sondare le rovine della società industriale

alla fine degli anni '70, gli italiani - meglio conosciuti attraverso il lavoro di Negri ma comprendenti molti altri pensatori interessanti - raggiunsero conclusioni molto simili alla sua. Come Zuboff, hanno visto la tecnologia dell'informazione come una forza potenzialmente liberatrice, qualcosa che avrebbe potuto aiutare a liberare le capacità cognitive e comunicative dei lavoratori dopo il loro lungo periodo di repressione sotto il regime del lavoro fisico del Taylorismo.

Proprio come il consumatore di massa standardizzato di Zuboff è stato sostituito dal consumatore individuato idiosincratico che crea valore al di fuori della fabbrica, così anche il "lavoratore di massa" Taylorista degli autonomi è stato sostituito dall'operaio sociale. Questa nuova figura di potere ha anche creato valore al di fuori dell'azienda, in quella che gli autonomi hanno definito la "fabbrica sociale". Questa ipotesi apparentemente innocua ha messo in discussione le teorie della sinistra ortodossa che limitavano l'appartenenza alla classe lavoratrice agli operai, ignorando l'immensa fatica ai margini invisibili della fabbrica sociale, ad es. le faccende domestiche delle donne, che erano essenziali per la produzione continua.

Quando gli operai salariati iniziarono a ribellarsi negli anni '70, i capitalisti furono cacciati dalle fabbriche. Non soffrirono molto e presto impararono come appropriarsi del valore ai margini della "fabbrica sociale", mercificando molte delle attività che erano state precedentemente offerte attraverso lo stato sociale o accordi informali. Nacque così l'economia dei servizi.

Ma qui i programmi normativi divergevano. In precedenza Zuboff sperava che il più illuminato di tali capitalisti potesse inaugurare il prossimo stadio umano: quello della "economia di sostegno". Gli autonomi, poi emarginati o esiliati dopo decenni di tumulti, vedevano l'estrazione di valore dalla fabbrica sociale come un'altra forma di rendita: un'imposta non necessaria sull'attività sociale della "moltitudine" autonoma e disobbediente, il loro soggetto politico collettivo preferito. Hanno avvertito altri problemi. Poiché il lavoro era sempre più collaborativo e immateriale, non era più possibile pagare i lavoratori - figuriamoci quelli ai margini della fabbrica sociale che raramente venivano compensati - per il loro contributo individuale e facilmente osservabile alla produzione. Per ripristinare la giustizia, gli autonomi italiani hanno richiesto un reddito di base universale.

Non sostenevano gli stessi imperativi di Zuboff, ma il presupposto della loro teoria era un'ipotesi funzionalista come qualsiasi cosa presente in Chandler o Parsons: ciò che spingeva il capitalismo non era tanto la sua necessità di espandersi, quanto piuttosto la capacità del lavoro di essere sempre un passo avanti rispetto al capitale, minacciando il suo dominio ad ogni mossa. Laddove Zuboff ipotizzava che i consumatori desiderassero e che i capitalisti si adattassero, gli autonomi sostenevano che i lavoratori avanzano e i capitalisti si adattano, di solito ritirandosi. Questa spiegazione delle cose aveva un grande potere retorico ma era di scarso aiuto nella definizione di strategie politiche: vedere il periodo tra gli anni '70 e il 2010 come un ritiro del capitalismo disorganizzato nelle mani di una moltitudine ben organizzata richiede molta immaginazione creativa. Gli autonomi avevano una grande tesi, con imperativi e tutto il resto, e si sono rivolti alla storia e all'attualità per trovare prove sufficienti per dimostrarlo. Ma come nel caso dei funzionalisti Chandleriani, il loro impegno con spiegazioni alternative spesso lasciava molto a desiderare.

Man mano che le fabbriche reali iniziarono a chiudere e trasferirsi in Oriente, anche gli italiani spostarono la loro attenzione. Alla fine, hanno prodotto una teoria del "capitalismo cognitivo", che predicava l'imminente emancipazione dei lavoratori cognitivi e immateriali dai vecchi angusti legami del taylorismo. Non c'era più un porto sicuro in cui i capitalisti si ritirassero: la digitalizzazione di ogni cosa significava che la moltitudine aveva vinto la guerra. E, mentre gli abitanti della fabbrica sociale stavano aspettando le loro spettanze, perché non sostenere misure transitorie come un reddito di base universale?

Con il suo secondo libro, anche Zuboff sembrava aver perso molto interesse per la produzione. A parte molte pagine sul potere delle federazioni di imprese, "The Support Economy" ha reso la produzione quasi invisibile. Era un'ammissione tacita che l'ambiguità del suo primo libro era stata risolta, e non a favore dei lavoratori? Forse. Né il lavoro d'ufficio né la produzione industriale avevano abbracciato "l'informatizzazione". I lavoratori di altri settori si ritrovarono presto intrappolati in nuovi templi di "potere panottico", come i magazzini di Amazon. Gli impiegati non sono andati molto meglio, con alcuni incatenati digitalmente a "scrivanie intelligenti" che hanno monitorato ogni loro mossa. L'industria 4.0 della Germania, l'iniziativa più avanzata al mondo di produzione digitalizzata, è il culmine del taylorismo, non della democrazia sul posto di lavoro.

Con la produzione per lo più fuori dal quadro, fu la natura mutevole del consumo a giustificare il primo ottimismo dei numerosi profeti della società postindustriale. Le nostre vite lavorative potrebbero non aver acquistato molto potere, ma potremmo, forse, rivendicare ancora un po' di dignità attraverso il "consumo individualizzato", uno dei concetti chiave di The Support Economy. Non era necessario essere alla Harvard Business School per apprezzare questi cambiamenti. In effetti, molti a sinistra si unirono al carrozzone. Marxism Today, una pubblicazione teorica ormai defunta del Partito Comunista della Gran Bretagna, è stata la più esuberante, aprendo infine la strada verso la "Terza Via" di Tony Blair tra il neoliberalismo compassionevole, anti-Thatcheriano e un comunitarismo scivoloso e favorevole al consumismo.

Gli italiani non sono andati così lontano, ma hanno esteso il concetto di fabbrica sociale per includere il consumo: i consumatori erano in realtà "produttori-consumatori", nel loro schema, impegnati nel "lavoro immateriale" come, ad esempio, producendo inconsapevolmente il valore immateriale dei marchi aziendali. La produzione unita al consumo, tuttavia, non era l'unico ruolo sociale assegnato ai membri della "moltitudine"; né era qualcosa da festeggiare. Diagnosticare la produzione consumatrice come fonte di estrazione di valore non significava sostenerla ma argomentare come i metodi standard di contabilità del valore, compresi quelli favoriti da molti marxisti ortodossi, fossero inadeguati.

Qui le differenze normative emergono ancora una volta. Per Zuboff, professoressa di economia, era necessario un riorientamento dell'etica aziendale; la condiscendenza verso la produzione di massa doveva essere sostituita dal sostegno e dalla difesa degli interessi dei consumatori. I consumatori emancipati avrebbero pagato contanti per soddisfare i loro bisogni mentre i capitalisti illuminati avrebbero adeguato i loro modelli di business di conseguenza: non vi era traccia di conflitto sociale perché la "produzione consumatrice" e il suo equivalente nella teoria di Zuboff (The Support Economy non usa mai quel termine) è ciò che i consumatori hanno voluto da sempre.

Gli italiani non furono d'accordo e insistettero per trovare modi per ridistribuire parte del valore a coloro che lavoravano duramente nella fabbrica sociale. Oltre a un reddito universale, desideravano un maggiore benessere (il presupposto di un sano sviluppo sociale), ma reinventato come "il comune", con un modello amministrativo radicalmente democratizzato in cui i cittadini - non i burocrati - sarebbero stati al comando.

## VIII

Cosa fare di queste teorie nel 2019? La più grande sfida per gli italiani è stata la difficoltà di attuare la loro utopia di auto-potenziamento collettivo attraverso istituzioni orizzontali, decentralizzate e non statali. Mentre le scuole autogestite erano facili da immaginare, specialmente negli anni '70, come poteva nascere un'intelligenza artificiale o un'infrastruttura di cloud computing autogestita, soprattutto senza una spinta sostenuta dallo stato tanto disprezzato? E, in assenza di infrastrutture informatiche gestite da cittadini, a che serve una scuola autogestita totalmente dipendente da Google?

La premessa chiave della teoria autonoma italiana - che il capitale stava diventando esterno al lavoro, consentendo ai lavoratori cognitivi abilitati, ora sparsi attraverso la fabbrica sociale, di auto-valorizzarsi - sembra sempre più discutibile. La concezione da parte degli autonomi dei tecnocapitalisti come rentier passivi è difficile da conciliare con i massicci investimenti di capitale da miliardi di dollari intrapresi dai giganti della tecnologia di oggi. Se questi sono i rentier, allora chi sono i capitalisti?

Tuttavia, gli autonomi hanno fornito una visione utopica di proporzioni quasi bibliche: il capitale, nella sua transizione verso l'economia dei servizi, slega inavvertitamente i lavoratori, trasformando i capitalisti in parassiti minori su reti globali più ampie di cooperazione sociale. Dal momento che alcuni mezzi di produzione immateriale, ad es. il software libero o Wikipedia — ora sono al di là del controllo capitalista, la moltitudine, a differenza dei lavoratori della produzione di massa, può fuggire dalle proprie prigioni e prosperare autonomamente. La fabbrica sociale si trasforma in un grande squat felice.

Proprio come la maggior parte delle istituzioni alternative di una società emancipata che non sono mai apparse, la visione italiana, ridotta a volgari slogan, ora sopravvive principalmente nell'idea che gli utenti delle piattaforme tecnologiche producano valore e dovrebbero essere pagati per questo, attraverso un reddito di base garantito o altro. Alcune recenti proposte europee per istituire un nuovo tipo di imposta sui servizi digitali fanno uso di proposte simili, insistendo sul fatto che i dati forniti dai loro utenti sono ciò che spiega il loro immenso successo commerciale e quindi devono essere tassati di conseguenza.

Situata molto più vicino al quartier generale della direzione della fabbrica sociale del mondo, Zuboff, al contrario, non ha visto i capitalisti diventare superflui. Né, a giudicare dal suo lavoro prima di *The Age of Surveillance Capitalism*, avrebbe voluto. Sarebbe molto meglio per la società sottomettere i capitalisti, sosteneva, chiedendo un po' di umanesimo corporativo a buon mercato. Inoltre, non vi era motivo di insistere sul fatto che i dati e altri tipi di beni immateriali forniti dai consumatori richiedessero accordi fiscali unici, e tanto meno nuovi schemi di redistribuzione come il reddito di base. Sostenere ciò significava far arretrare il capitalismo diffuso: la realizzazione globale dei bisogni dei consumatori non sarebbe possibile senza l'appropriazione di tali dati. Nel capitalismo diffuso, i consumatori hanno soddisfatto la maggior parte delle loro complesse esigenze - semmai, sono loro che dovrebbero pagare.

Ma nel 2013, quando Zuboff ha pubblicato l'articolo della *Frankfurter Allgemeine Zeitung* che alla fine è culminato nella sua teoria del capitalismo di sorveglianza, i motivi del suo primo ottimismo erano spariti. Il capitalismo diffuso non era arrivato. Piuttosto, la parte peggiore del capitalismo manageriale - il metodo taylorista per estrarre conoscenze tacite per controllare i lavoratori - arrivò a razionalizzare l'intera fabbrica sociale, non solo i suoi quartieri produttivi. Ora ha invaso e superato una parte fondamentale dell'economia capitalista - i consumi - che in precedenza aveva entusiasmato Zuboff. (Per quanto romanzata potrebbe apparire la rivoluzione neo-taylorista di Zuboff nel 2019, vale la pena notare che alcuni degli osservatori più radicali del capitalismo hi-tech - come il sociologo britannico Frank Webster - hanno già postulato l'arrivo del "Taylorismo sociale" basato sulla sorveglianza alla fine degli anni '80).

Se il Taylorismo ha estratto e razionalizzato la tacita conoscenza del lavoratore, il capitalismo di sorveglianza estrae e razionalizza la tacita conoscenza del consumatore apparentemente emancipato. Come osserva Zuboff, "l'attenzione si è spostata da macchine che superano i limiti dei corpi a macchine che sfruttano la conoscenza onnipresente per modificare il comportamento di individui, gruppi e popolazioni al servizio degli obiettivi di mercato". Il "capitalismo manageriale" cacciava e automatizzava il corpo; Il "capitalismo di sorveglianza" caccia e automatizza la mente.

Mentre il potere del Taylorismo era crudo e i suoi metodi visibili, il nuovo regime copre le sue tracce, creando un'illusione di autentica autonomia. Ma sotto la social factory di oggi esiste una complessa rete di processi algoritmici e di estrazione dei dati che trasformano la nostra banale esistenza quotidiana in un'altra materia prima. Pertanto, la spaventosa previsione del primo libro di Zuboff, secondo cui la tecnologia potrebbe aumentare il "potere panottico" dei manager, non solo si è avverata, ma è stata realizzata su una scala molto più grande - e nello spazio molto personale al di fuori dell'azienda che il suo libro pone come un potenziale luogo di liberazione. Il compito del suo libro più recente, quindi, è documentare la natura distruttiva di questa espansione, nonché insistere sul fatto che è ancora possibile un ritorno al capitalismo più umano e basato sulla promozione dei diritti: la fabbrica sociale può informatizzare, non solo automatizzare.

Vista attraverso l'obiettivo del capitalismo di sorveglianza, l'utopia italiana dei lavoratori cognitivi in fuga dalle catene del capitalismo è morta all'arrivo: le nostre istituzioni digitali sono sorde alle esigenze della moltitudine, marciano invece al ritmo del capitale di sorveglianza. Quest'ultima insidiosa struttura organizza ogni nostra interazione sociale, con un solo obiettivo: estrarre più dati, vendere annunci pubblicitari, spingerci verso risultati più "positivi", ma per chi? Mentre i capitalisti intelligenti digitalizzavano la fabbrica sociale, questa si trasformò nella fabbrica reale che era una volta. Qui, il valore viene generato non attraverso l'estrazione della rendita come sostengono ancora oggi gli italiani quando, ad esempio, discutono di finanza o dell'algoritmo PageRank di Google. No, invece della figura quasi precapitalista del rentier che sfrutta i diritti di proprietà per appropriarsi del surplus sociale, abbiamo a che fare con normali imprese capitaliste soggette a leggi e imperativi standard.

Qualunque siano le somiglianze, c'è una differenza chiave tra Zuboff e gli italiani: dove loro tendono a pensare in termini di moltitudine, per quanto ambiguo e fuorviante possa essere questo concetto, Zuboff pensa in termini di singolarità, quella del consumatore sovrano. La sua versione digitale della fabbrica sociale ricorda Go, il supermercato automatizzato, senza cassiere che Amazon sta ora lanciando in tutta l'America: l'unico attore sociale visibile è il consumatore. Tutti i movimenti sociali che invoca svolgono il ruolo secondario di semplice assistenza al consumatore nel perseguimento dell'autorealizzazione; i pochi riferimenti allo stato in *The Age of Surveillance Capitalism* compaiono anche nello stesso contesto. Le scelte, quindi, sono prevedibilmente poche: lasciare che il consumatore faccia leva sul capitalismo della promozione dei diritti ai fini dell'autorealizzazione o si arrenda al saccheggio dei capitalisti di sorveglianza, che dirottano la mente del consumatore nel perseguimento dei propri obiettivi.

## IX

Dopo questo prelude piuttosto lungo di otto capitoli - questa recensione aspira a competere con il libro nella prolissità - è tempo di esaminare quanto bene lo studio di Zuboff sul capitalismo di sorveglianza sia una teoria. Uno dei vantaggi non dichiarati di operare all'interno della struttura Chandleriana è che, se Zuboff riesce nel compito che si è tacitamente prefissato per sé, il suo libro produrrà un forte modello analitico che informerà tutte le successive interpretazioni dell'economia digitale. Questo, dopo tutto, è quello che è successo a Chandler: la sua inquadratura è diventata il modello dominante, anche se occasionalmente contestato, per pensare all'era della produzione di massa.

Zuboff, tuttavia, non afferma esplicitamente di offrire un modello analitico di tale enorme ambizione intellettuale; menziona a malapena Chandler stesso. In realtà, lascia sempre la porta aperta a una diversa interpretazione: che vuole solo illustrare la battaglia distruttiva per i dati del mondo che si sta attualmente svolgendo tra aziende come Google e Facebook, con l'autonomia dei singoli consumatori come danno collaterale. Una spiegazione dettagliata delle mosse e delle



considerazioni tattiche che modellano questa battaglia la porta a introdurre un fenomeno chiamato capitalismo della sorveglianza, ma le ambizioni teoriche di questo concetto, secondo l'interpretazione attuale, sono molto modeste.

Per motivi di chiarezza, chiamiamo questa interpretazione Tesi I. Offrendo nient'altro che una descrizione, Tesi I implica molto poco sulla durabilità, l'importanza complessiva e l'impatto del capitalismo della sorveglianza sul capitalismo stesso. Ci sono sicuramente molti effetti sociali negativi, ma la Tesi I non li ritiene peggiori di quelli dei modelli alternativi.

Zuboff fornisce abbastanza dichiarazioni di non responsabilità da suggerire che illustrare la tesi I - una serie di osservazioni, non un'ipotesi - è tutto ciò che intende fare. Proprio quando il capitalismo della sorveglianza sembra rivoluzionario - perché altrimenti lo chiamano un "nuovo ordine economico" che influisce anche sulle bottiglie di vodka e sui termometri rettali? - Zuboff ammette che restano le normali leggi del movimento del capitalismo, ora semplicemente integrate dai nuovi imperativi incentrati sui dati. Letto come una meticolosa esposizione di Tesi I, il libro è un mistero: perché fare di tutto per rivelare il danno occasionale di Google e Facebook - nessuna notizia scioccante nel 2019 - solo per trarre conclusioni più ampie e più audaci?

Quindi l'argomento nel libro di Zuboff sul fatto che potremmo duplicare una Tesi II è, forse, una soluzione migliore. Innanzitutto, è un'ipotesi corretta: ipotizza che il capitalismo della sorveglianza non solo produca effetti inequivocabilmente peggiori di quelli dei regimi digitali alternativi, ma stia anche diventando la forma egemonica del capitalismo. Le vecchie leggi del capitalismo si applicano, ma solo formalmente, con classe, capitale e mezzi di produzione che trattengono poco l'acquisizione analitica. Per adattarsi all'ambiente in rapida evoluzione, i capitalisti di oggi devono seguire gli imperativi della nuova logica basata sulla sorveglianza; devono preoccuparsi dei mezzi di modifica comportamentale, non dei mezzi di produzione.

Tesi II ha implicazioni rivoluzionarie. Identifica l'estrazione dei dati e la modifica del comportamento non come conseguenze occasionali della concorrenza capitalista, ma come cause sottostanti che spingono l'emergere del nuovo ordine economico, mentre i suoi imperativi, a loro volta, arrivano a sopraffare quelli del capitalismo stesso. Tesi II promuove una rivoluzione copernicana nel modo in cui comprendiamo l'economia digitale. Ma questa rivoluzione si basa su basi piuttosto delicate, poiché Zuboff deve dimostrare, non solo esporre, il suo rovesciamento di base della causalità. Se fallisce, torniamo alla Tesi I: i dati vengono espropriati - ampiamente, razionalmente, in modo nefasto - e gli sforzi per monetizzarli di tanto in tanto hanno effetti sociali deleteri - un argomento sicuramente corretto, ma piuttosto banale.

La prova critica e il dispositivo di Tesi II non arriva mai, tuttavia, quasi una sorpresa per chiunque abbia familiarità con la teoria commerciale di Chandler. Invece, la semplicità di Tesi I e l'ambizione di Tesi II si fondono per produrre la tautologia di Tesi III, altrettanto nota agli appassionati di Chandler: i capitalisti di sorveglianza si impegnano nel capitalismo di sorveglianza perché questo è ciò che gli imperativi del capitalismo di sorveglianza richiedono. Zuboff fa regolarmente uso di questa tesi ausiliaria, poiché postula facilmente ciò che altrimenti dovrebbe provare.

La tesi III, tuttavia, non è un'ipotesi da dimostrare, ma un assioma impossibile da falsificare: tutti i casi che non si adattano alla teoria possono sempre essere liquidati al di fuori del capitalismo della sorveglianza come la teoria lo definisce, e quindi non soggetti alla sua imperativi. Ciò che può essere falsificato è Tesi II, poiché presenta meccanismi causali reali.

Prima che tu, caro lettore, ti senta nauseato, sospettando, non in modo errato, che un esercizio noioso e crudele di filosofia analitica stia per svolgersi, cerchiamo di essere chiari sulla sua logica: senza una chiara riaffermazione della tesi di Zuboff in un linguaggio lucido e verificabile, siamo

sempre a rischio di annegare nelle paludi tautologiche di Tesi III. Con questa condizione, possiamo procedere con il nostro Tractatus Logico-Philosophicus in miniatura.

Tesi II è un insieme di diverse proposizioni:

- i) la civiltà dell'informazione potrebbe scegliere tra capitalismo di sorveglianza e capitalismo di promozione dei diritti;
- ii) entrambi sfruttano l'estrazione dei dati: uno per procurarsi un surplus comportamentale, uno per migliorare i servizi;
- iii) alcune caratteristiche della civiltà dell'informazione hanno reso egemonico il capitalismo di sorveglianza;
- iv) man mano che diventa egemonico, così diventano i suoi imperativi;
- v) nei suoi effetti sociali, il capitalismo di sorveglianza è peggiore delle sue alternative.

Le prove fornite per provare ciascuna delle affermazioni di Tesi II di cui sopra sono spesso incomplete e non precludono spiegazioni alternative. In tali casi, Tesi III colma le lacune. Affrontiamo ciascuna di queste proposizioni nei loro termini.

X

La proposizione i sembra inattaccabile; Zuboff può tagliare la torta intellettuale come vuole (come ha già fatto con l'informatizzazione e l'automazione, per esempio). Potremmo chiederci, tuttavia, perché la "civiltà dell'informazione" debba affrontare una scelta solo tra due capitalismi. Ciò era perdonabile nelle speculazioni di Francis Fukuyama intorno al 1989; il 2019 richiede, forse, più sfumature. Questo, senza dubbio, ha a che fare con il ruolo sacrosanto che il consumo ha nella teoria generale di Zuboff. Su questo torneremo più avanti.

La proposizione ii è cruciale, poiché pone relazioni causali tra l'estrazione dei dati e gli imperativi dei due ordini economici: nella civiltà dell'informazione, i dati vengono raccolti o perché costituiscono un surplus comportamentale (dandoci capitalismo della sorveglianza) o perché migliorano i servizi (dandoci il capitalismo di promozione dei diritti). La proposta potrebbe valere per casi ideali come Google e Apple. Ma che dire dei casi limite? In che misura l'attenzione sull'aldilà dei dati degli utenti spiega le dinamiche del "capitalismo dell'informazione" stesso?

Consideriamo Amazon. Gli e-reader Kindle raccolgono costantemente dati (libri letti, pagine girate, paragrafi sottolineati) che aiutano Amazon a decidere quali libri pubblicare attraverso le proprie impronte. Ciò rientra nel ristretto capitalismo della promozione dei diritti: i consumatori alla fine ottengono libri più pertinenti. Amazon, tuttavia, rende anche i modelli Kindle che contengono pubblicità più economici. Se la pubblicità è personalizzata, dobbiamo essere in pieno capitalismo di sorveglianza. Se è generica, dobbiamo essere nella terra di nessuno del capitalismo digitale, bloccati tra promozione dei diritti e sorveglianza. Se il capitalismo della sorveglianza viene, in effetti, diagnosticato, allora dovrebbe sorgere un doppio movimento di qualche tipo e garantire che tutti noi stiamo pagando il prezzo intero per quei lettori elettronici; altrimenti, la nostra autonomia è in pericolo.

Si noti che questa prescrizione normativa, nonché la spiegazione del perché esista una pubblicità personalizzata, è fornita dai poteri miracolosamente persuasivi di Tesi III. Ma non abbiamo semplicemente postulato che i dati migliorano i servizi o modificano il comportamento invece di

mostrare che si verificano questi risultati? Che cosa succede se quegli annunci Kindle, personalizzati o meno, ci sono semplicemente per consentire ad Amazon di attirare i consumatori sensibili al prezzo? Dopotutto, anche il fatto che i leviatani della tecnologia raccolgono dati e erogano pubblicità risponde a spiegazioni diverse. E se Amazon volesse semplicemente inondare il mercato con dispositivi più economici, assicurando la sua posizione sul mercato? Perché "accaparrarsi" l'offerta di dati è più importante che accaparrarsi il mercato stesso?

Consideriamo anche l'espansione di Amazon nelle nostre case. Amazon potrebbe effettivamente raccogliere le nostre conversazioni da dispositivi abilitati Alexa per modificare eventualmente il nostro comportamento; inoltre, potrebbe persino modificare il nostro comportamento per estrarre più dati. Ma è anche possibile che Amazon voglia semplicemente migliorare la sua capacità di riconoscimento vocale, che poi monetizza attraverso Amazon Web Services, la principale fonte dei suoi profitti. Amazon, come la maggior parte delle grandi preoccupazioni tecnologiche, nasconde la sua estrazione dei dati. Ma l'invisibilità delle sue operazioni dimostra, al massimo, che sono delle canaglie. La definizione di Zuboff del capitalismo della sorveglianza dipende dal fatto che il surplus comportamentale sia usato per modificare il comportamento, non se l'estrazione dei dati sia visibile. I processi di estrazione dei dati inerenti all'alternativa positiva di Zuboff (quando i dati entrano nel ciclo del reinvestimento comportamentale) sono, dopo tutto, opachi come gli stessi processi sotto il capitalismo della sorveglianza (quando i dati producono eccedenze comportamentali).

Quindi, cosa guida Amazon: redditività e sopravvivenza, o estrazione dei dati e modifica del comportamento? La rivoluzione copernicana di Zuboff afferma che quest'ultima agenda ha superato l'impresa capitalista digitale. "Amazon è a caccia di surplus comportamentale", scrive. "Questo spiega perché l'azienda si è unita a Apple e Google nel concorso per il cruscotto della tua auto, stringendo alleanze con Ford e BMW." Ecco la stessa ipotesi che probabilmente sarebbe stata formulata prima della rivoluzione copernicana di Zuboff: "Amazon si è unita a Apple e Google nel concorso per il cruscotto della tua auto, stringendo alleanze con Ford e BMW. Di conseguenza, è alla ricerca di surplus comportamentale".

Perché Amazon si unisca ad Apple e Google in quella missione è qualcosa da indagare, non presumere. Per farlo correttamente, potremmo anche aver bisogno di smettere di concentrarci sulle operazioni rivolte al consumatore di tali aziende ed esaminare come interagiscono con le loro operazioni rivolte al governo e alle imprese. Poiché queste ultime non coinvolgono i consumatori, vengono raramente invocati da Zuboff, anche se spesso raccolgono margini di profitto molto più elevati rispetto alle armi pubblicitarie dei giganti della tecnologia.

In ogni caso, Zuboff non deve indagare sul motivo per cui Amazon dovrebbe unirsi ad Apple (Apple ?!) e Google in quella missione, poiché Tesi III fornisce tutte le risposte comodamente. Pertanto, la caccia al surplus comportamentale diventa la causa, non l'effetto, di ciò che fanno le aziende tecnologiche. E anche se Zuboff ammette che gli imperativi più ampi della concorrenza del mercato modellano la loro battaglia, queste aziende fanno il loro lavoro solo dopo che l'obiettivo della battaglia - la raccolta dei dati - è stato fissato, dall'esterno, da Tesi III. Il capitalismo di sorveglianza è, ovviamente, più "sorveglianza" che "capitalismo".

Il criterio in base al quale la Proposizione ii classifica le imprese - estraggono i dati per modificare il comportamento o migliorare i servizi? - produce anche alcuni risultati strani. Consideriamo Uber, che è appena menzionato nel libro, e forse per una buona ragione. Indipendentemente dalle entrate pubblicitarie, Uber deve affrontare incentivi diversi rispetto a Google o Facebook. Pratica il capitalismo di promozione dei diritti? I suoi dirigenti direbbero così: le tattiche aggressive di Uber assicurano che i passeggeri ottengano servizi migliori e più economici. Ciò soddisfa la definizione di Zuboff: "quando un'azienda raccoglie dati comportamentali con l'autorizzazione e unicamente

come mezzo per migliorare il prodotto o il servizio, fa capitalismo ma non capitalismo di sorveglianza".

Uber, tuttavia, fa anche molte altre cose odiose con i dati. Consideriamo lo scandalo di Greyball scoperto dal New York Times nel 2017. Greyball era il sistema di spionaggio interno di Uber che rendeva i suoi veicoli invisibili agli utenti vicino agli edifici governativi mentre segnalavano i loro dati, come i dettagli delle carte di credito, che suggerivano di lavorare nelle forze dell'ordine. Qui l'obiettivo dell'estrazione dei dati, per quanto falso e invisibile, non era né la modifica del comportamento dell'utente né il miglioramento del servizio. Piuttosto, è stata la creazione di una sottoclasse permanente di non utenti al fine di sfuggire alla regolamentazione e mantenere bassi i costi.

Esiste una teoria più semplice, più generale, per spiegare l'estrazione dei dati e la modifica del comportamento che Zuboff trascura, intrappolata com'è all'interno della struttura Chandleriana, con il suo ardente bisogno di trovare un successore del capitalismo manageriale. Questa teoria più semplice va così: le aziende tecnologiche, come tutte le aziende, sono guidate dalla necessità di assicurare una redditività a lungo termine. La raggiungono superando i loro concorrenti attraverso una crescita più rapida, esternalizzando i costi delle loro operazioni e sfruttando il loro potere politico. L'estrazione dei dati e la modifica comportamentale che consente - chiaramente più importante per le aziende in settori come la pubblicità online - sorgono, dove lo fanno, in quel contesto.

In altre parole, sono solo un effetto locale della causa globale. È questa causa - la necessità di garantire una redditività a lungo termine di fronte alla concorrenza - che guida la loro strategia di estrazione dei dati. Questa spiegazione parsimoniosa tratta sia i casi di Google sia quelli di Uber, senza che sia necessario porre in piedi nuovi "regimi" ibridi come, per esempio, un "capitalismo orientato alla promozione dei diritti". In effetti, il regime è solo uno - il capitalismo - e usarlo come una categoria analitica aiuta a rimediare a numerose carenze nei confronti del capitalismo manageriale e del capitalismo della sorveglianza.

Le recenti rivelazioni sulle controverse pratiche di condivisione dei dati di Facebook confermano che gli imperativi del "capitalismo di sorveglianza", se esistono, sono solo secondari a quelli del capitalismo stesso. La società, preoccupata per la crescita, gestiva i dati come una risorsa strategica: laddove gli imperativi dell'espansione suggerivano che dovevano essere condivisi con altre società tecnologiche, lo faceva senza esitazione, dando accesso a Microsoft, Amazon, Yahoo e persino Apple (anche se Apple ha negato il suo coinvolgimento). Sotto il capitalismo, chi ottiene un'eccedenza comportamentale adeguata ha solo un'importanza secondaria; ciò che conta è chi arriva a appropriarsi del surplus effettivo - e quindi rimanere nella posizione di farlo a lungo termine.

## XI

La proposizione iii, secondo cui l'attuale congiuntura favorisce il capitalismo di sorveglianza sul capitalismo di promozione dei diritti, sembra plausibile. Come ho notato sopra, Zuboff evoca "affinità selettive" tra gli imperativi del capitalismo di sorveglianza e quelli che hanno plasmato le operazioni militari post 11 settembre e le iniziative neoliberiste di deregolamentazione. Questo, tuttavia, spiega solo perché il capitalismo della sorveglianza ha prosperato, non perché ha prosperato a spese del capitalismo di promozione dei diritti. Per fare ciò, dovremmo dimostrare che le affinità selettive favorevoli al capitalismo della sorveglianza non erano contemporaneamente favorevoli al capitalismo di promozione dei diritti.

È vero? Apple, difficilmente una vittima del neoliberismo, incanala denaro tramite Braeburn

Capital, un gigantesco hedge fund. Amazon, con i suoi 600.000 dipendenti, è uno dei principali beneficiari di leggi sul lavoro più deboli. Amazon elenca la CIA tra i principali clienti. Siri di Apple proviene dallo Stanford Research Institute, un beneficiario del finanziamento della difesa. Tali affinità selettive si rivelano ad una analisi più accurata essere una moltitudine. Ma è qui che Tesi III fa di nuovo la sua magia, alterando la proposizione originale: il capitalismo di sorveglianza ha dimostrato di essere egemonico in ambienti in cui si è dimostrato egemonico.

Tuttavia, anche questa egemonia è postulata, non provata. La dinamica della concorrenza non spingerebbe Google e Facebook a seguire il percorso di Amazon e Microsoft, vendendo servizi come il cloud computing e l'intelligenza artificiale? Poiché tali progetti informatici promettono margini di profitto redditizi e la pubblicità comporta costi sempre più elevati, una teoria che considera i capitalisti all'inseguimento della redditività (non efficienza o surplus comportamentale) lo suggerisce. Tali servizi non potrebbero superare la pubblicità e le modifiche comportamentali come il modello primario dell'economia digitale? Certo, potrebbero - ma non è un problema per Zuboff, poiché Tesi III le consente di reinserire tali dinamiche nella ricerca di surplus comportamentale. Paradossalmente, anche il trionfo di altre logiche è solo un'altra conferma che il capitalismo di sorveglianza governa ancora supremo.

Sono state già discusse alcune carenze della proposizione iv - che stabilisce che gli imperativi del capitalismo della sorveglianza prevalgono su quelli del capitalismo stesso. Ricordiamo che Tesi II spiega la strategia dei capitalisti della sorveglianza con il loro imperativo primario per compensare le scorte di surplus comportamentale. Dal 2001 Alphabet, la società madre di Google, ha acquisito oltre 220 aziende; Facebook ne ha spazzato via più di settanta. La caccia ai dati ha guidato queste acquisizioni? O alcune di esse, tra cui l'acquisizione di Instagram da parte di Facebook, erano guidate dalla ricerca del potere di mercato? Guardare semplicemente cosa è successo ai dati delle due società partecipanti alla fusione non può rispondere a questa domanda. Tesi III, tuttavia, può.

Torniamo a Uber. Estrae i dati e dovremmo preoccuparcene? Certamente. Ma dovremmo accettare la rivoluzione copernicana di Zuboff e reimmaginare l'economia digitale mettendo al centro l'estrazione dei dati?

Nel caso di Uber, la narrativa pre-copernicana spiega molto di più. Nel 2017, Uber ha perso 4,5 miliardi di dollari; la sua perdita prevista per il 2018 è di entità simile. La compagnia rimane a galla su un oceano di debiti, in attesa di una IPO che potrebbe iniettare nuovi fondi di investitori esterni, bruciando i contanti dell'Arabia Saudita e del SoftBank del Giappone, quest'ultimo dei quali è di per sé oltre 150 miliardi di dollari di debito. Perché un'azienda così fortemente indebitata dovrebbe investire in una società in perdita? Perché il finanziamento del debito di SoftBank è stato così economico? E perché l'Arabia Saudita versa denaro nelle imprese tecnologiche? Le risposte a queste domande non illumineranno ciò che Uber fa con i dati, ma riveleranno l'imperativo primario dell'azienda: schiacciare la concorrenza. Indubbiamente, questa direttiva principale comporta occasionalmente l'estrazione di dati. Ma il contrario non regge.

Dovremmo, naturalmente, aspirare a bilanciare micro e macro spiegazioni. Ma il tentativo di Zuboff è sempre mediato dalla coerenza logica interna di Tesi III. "La tecnologia è espressione di altri interessi", scrive. "Nei tempi moderni questo significa gli interessi del capitale e, ai nostri tempi, è il capitale della sorveglianza che comanda l'ambiente digitale e orienta la nostra traiettoria verso il futuro". Questa conclusione secondo cui il capitale della sorveglianza, non il semplice vecchio capitale, impone oggi lo sviluppo della tecnologia, è semplicemente postulata. Le precedenti categorie non Chandleriane perdono la loro importanza analitica in un attimo. Le notizie sulla loro irrilevanza sono vere: la spiegazione di Zuboff è iniziata presumendo che non contino. Questo è anche ciò che ha fatto nel suo primo libro, in cui l'attenzione scelta per i conflitti tra manager e

lavoratori non ha lasciato spazio per l'analisi di classe. All'epoca, tuttavia, Zuboff non ha trovato il coraggio di affermare che le sue peculiari scelte analitiche abbiano invalidato i precedenti schemi.

Tale visione a tunnel è comune in gran parte della teoria economica Chandleriana; i suoi praticanti, inoltre, difficilmente mantengono questo segreto. Lo stesso Chandler era piuttosto esplicito riguardo alla sua attenzione nelle pagine iniziali di *The Visible Hand*, "Mi occupo di ampi sviluppi politici, demografici e sociali solo quando incidono direttamente sui modi in cui l'impresa ha portato avanti i processi di produzione e distribuzione ". Possiamo tollerare, con notevole sforzo, un focus così ristretto nella storia degli affari, se non altro perché gran parte di questa agiografia è consumata dalle aziende stesse. Quando, tuttavia, diventa il fondamento della teoria, come la storia di Chandler era per le successive teorie dell'azienda e in Zuboff potrebbe diventare per le teorie dell'azienda digitale, rischiamo di sostituire il solipsismo aziendale alle intuizioni teoriche.

Questo ci lascia con la proposizione v: l'idea che i danni del capitalismo di sorveglianza siano peggiori di quelli delle logiche alternative. A questo punto, stiamo sostenendo che questa proposta sia valida: perché spendere così tante pagine su ciò che Zuboff chiama "potere strumentale" se è solo uno dei tanti poteri nel capitalismo digitale e forse non è nemmeno il peggior tipo? Ahimè, Zuboff copre le sue ipotesi ammettendo che anche le "pratiche monopolistiche e anticoncorrenziali nel caso di Amazon" e "prezzi, strategie fiscali e politiche occupazionali [nel caso di] Apple" sono problematiche.

In assenza di un quadro per confrontare i danni del capitalismo della sorveglianza con quelli delle sue alternative, esiste una sola soluzione: chiedere al lettore di assumere, in seguito alla Tesi III, che sia egemonico, quindi i suoi problemi meritano maggiore attenzione. In caso contrario, perché preoccuparsi dei consumatori nelle case intelligenti gestite da Alexa più dei lavoratori nei magazzini intelligenti neo-Tayloristi di Amazon?

In mancanza di un resoconto di come opera il potere anonimo sotto il capitalismo, Zuboff finisce per confrontare il "potere strumentale" del capitalismo di sorveglianza con il "potere totalitario" delle dittature. Dove "il totalitarismo ha funzionato attraverso i mezzi della violenza. . . il potere strumentale opera attraverso la modificazione comportamentale" e "non ha alcun interesse per le nostre anime o alcun principio da istruire".

Forse, ma che dire della "noiosa coazione alle relazioni economiche" di Marx? Non rappresentava affatto alcun potere? Ecco Friedrich Hayek, l'anti-Marx, che scrisse negli anni '70: "La concorrenza produce. . . una sorta di compulsione impersonale che rende necessario per numerose persone adeguare il loro stile di vita in un modo a cui nessuna istruzione o comando deliberato potrebbe portare". Hayek non si sta riferendo qui a modifiche comportamentali, intraprese da forze impersonali del capitalismo senza ingiunzioni totalitarie? Vedere il capitalismo della sorveglianza come il nostro nuovo Leviatano invisibile significa perdere di vista il potere, sotto il capitalismo, che opera da diversi secoli: l'invisibile Leviatano è stato con noi per un bel po' di tempo.

## XII

L'età del capitalismo della sorveglianza più pronunciata ha a che fare con la relazione che si stabilisce tra capitalismo e capitalismo della sorveglianza, nonché con il modo in cui si dà la priorità ai problemi di questa nuova forma di mercato rispetto a quelli del capitalismo stesso. Analizziamo un po' più a fondo come dovrebbero funzionare queste dinamiche.

Perché il capitalismo di sorveglianza è capitalista? Perché, a quanto pare, esiste un'appropriazione privata dell'eccedenza comportamentale. Quest'ultima assomiglia in qualche modo alla nozione di Marx di "lavoro in eccedenza", l'idea che, grazie alla loro proprietà dei mezzi di produzione, i

capitalisti possono convincere i lavoratori a distribuire parte del loro lavoro gratuitamente. Ma Zuboff sostiene anche che il comportamento e l'esperienza umana sono materie prime, non lavoro, senza spiegare del tutto le differenze. Esistono, ovviamente, modi nuovi e continuativi per espandere la teoria del valore familiare ai marxisti incorporando fattori diversi dal lavoro (ad esempio la natura). Zuboff, tuttavia, non segue questa strada. La sua teoria del valore è ancora quella usata in Support Economy: tutto il valore è creato dai consumatori emancipati.

Ma i rompicapo rimangono. Il capitalismo orientato alla promozione dei diritti, l'alternativa preferita di Zuboff, è tanto capitalista quanto quello della sorveglianza; inoltre, presenta l'appropriazione privata del feedback degli utenti, anche se le imprese sembrano perseguire tali stanziamenti nel mandato di un miglioramento del servizio. Perché, quindi, il capitalismo di promozione dei diritti è superiore al capitalismo della sorveglianza? In parte perché, in assenza di pubblicità, è considerato libero dagli squilibri di potere di uno scambio disuguale, rendendo il rapporto tra aziende e consumatori uno scambio di "reciprocità". Sotto il capitalismo della sorveglianza, i consumatori vengono assoggettati a imperativi che non sono loro, la loro autonomia è compromessa e così via.

È un argomento strano da formulare. Affermare che l'assenza di eccedenze comportamentali significa che il rapporto tra Apple e i suoi clienti è libero dalla dinamica di uno scambio disuguale significa ignorare tutti i modi in cui Apple spinge regolarmente i propri clienti, impedendo loro di utilizzare servizi di riparazione di terze parti. Quel modello prosaico di dominio del mercato non mina anche l'autonomia? Poiché le imprese di "promozione dei diritti" sono definite solo dal loro rifiuto di un'eccedenza comportamentale appropriata, tuttavia, tali esercizi abituali di potere aziendale non vengono rilevati dalla teoria.

Notare che l'intera comprensione del capitalismo di Zuboff è sostenuta dalla sua comprensione del consumo. Rimuovi il consumatore e non c'è capitalismo della sorveglianza, così come non c'è "capitalismo" senza "lavoro" in Marx. Ciò significa, tra l'altro, che il surplus comportamentale (e quindi il capitalismo della sorveglianza) può esistere solo se esiste un soggetto umano autonomo la cui volontà può essere modificata dal commercio. Pertanto, un hedge fund che impiega satelliti per rilevare il movimento di veicoli vicino a supermercati o magazzini - una pratica comune per misurare il livello dell'attività commerciale di una sede - si trova al di fuori del capitalismo della sorveglianza, rigorosamente interpretato.

Quindi, del resto, molta della sorveglianza commercialmente redditizia dell'attività sociale ed economica non è direttamente legata alla modifica del comportamento umano. Ricordiamo che il ciclo di reinvestimento comportamentale si trasforma in surplus comportamentale solo quando viene superato un limite oggettivo del monitoraggio degli utenti necessario per migliorare il servizio. La vera preoccupazione di Zuboff, quindi, non è la sorveglianza, ma la manipolazione del comportamento che la segue: proprio come, trent'anni fa, la sua preoccupazione non era la scrittura del "testo elettronico" di per sé, ma il suo uso per dominare, non dare potere. Perché, quindi, parlare di "capitalismo della sorveglianza" e non, per esempio, di "capitalismo di modifica del comportamento", quando è chiaro che quest'ultimo è il vero oggetto di preoccupazione di Zuboff?

Oltre a lamentarsi del fatto che impiega pochi lavoratori, Zuboff non identifica le dinamiche che minano il capitalismo di sorveglianza dall'interno. L'assenza di tali tendenze compensative è strana. Persino Marx, convinto dell'inevitabile declino del capitalismo, ne identificò alcuni, ad es. l'automazione riduce il surplus di manodopera da appropriarsi, spingendo il tasso di profitto verso il basso, anche se funziona anche per riportare indietro lo stesso tasso di profitto abbassando il costo degli input.

I capitalisti della sorveglianza di Zuboff sono interessati a trasformarci in una massa grigia

uniforme, come lei ipotizza? Forse, ma sembrano interessati a mantenerci diversi ed eccentrici. In quale altro modo otterrebbero nuovi contenuti virali da monetizzare? Secondo Zuboff, sembra anche che il capitalismo della sorveglianza faccia male a tutti allo stesso modo. Eppure, i pensionati di Oslo, le cui pensioni - attraverso il fondo sovrano norvegese - non sono investite nelle scorte dei capitalisti della sorveglianza, non sono forse predisposti ad apprezzarlo più dei lavoratori senza terra di San Paolo?

Che dire del rapporto tra le leggi del capitalismo della sorveglianza e quelle del capitalismo stesso? Come ho suggerito in precedenza, Zuboff sostiene che il capitalismo della sorveglianza ha le sue leggi di movimento, ma anche che le leggi di movimento più generiche del capitalismo persistono: le imprese competono, riducono i costi, inseguono la redditività. I marxisti sottolineano anche la centralità della classe nella distribuzione del potere, la proprietà privata dei mezzi di produzione e gli effetti sociali corrosivi della forma delle merci.

Nel descrivere le caratteristiche chiave del capitalismo della sorveglianza, Zuboff insiste sul fatto che questo regime si nutre di più del semplice lavoro enfatizzato dai marxisti, riconoscendo indirettamente la validità precedente di un modello interpretativo marxista. Il motivo per cui ha sentito l'impulso di farlo è un mistero, in quanto rende immediatamente il suo argomento vulnerabile agli attacchi del fianco più radicale. Scrive: "La lotta per il potere e il controllo nella società non è più associata ai fatti nascosti della classe e al suo rapporto con la produzione, ma piuttosto ai fatti nascosti della modifica automatizzata del comportamento ingegnerizzato".

Molto dipende da questo "non più", in pratica la classe ha avuto un grande potere esplicativo una volta, ma non lo ha più; invece, dobbiamo guardare alla modifica del comportamento. Inoltre, sotto il capitalismo della sorveglianza, "i mezzi di produzione sono subordinati a un nuovo elaborato mezzo di modifica comportamentale". Queste sono tutte affermazioni audaci con vaste implicazioni politiche e teoriche. Essendo semplicemente postulati, non ricevono realmente l'attenzione che meritano, e tanto meno sottoposti a test empirici.

Tuttavia, possiamo provarci. Per Zuboff, il ciclo economico di Google inizia con l'acquisizione di eccedenze comportamentali che, dopo aver attraversato i "mezzi di modifica comportamentale", si trasformano in "prodotti di previsione"; questi vengono infine venduti ai clienti, come gli inserzionisti. I mezzi di produzione convenzionali sembrano irrilevanti per questa storia: nella migliore delle ipotesi, aiutano a estrarre il surplus comportamentale dagli utenti-consumatori, ma sono le potenti aste di annunci di Google che svolgono la maggior parte del lavoro. La storia di Zuboff, tuttavia, è abbastanza parziale. La presunta irrilevanza della produzione è solo la naturale conseguenza della focalizzazione esclusiva sul consumo tipica della profezia post-fordista. Se trattiamo i consumatori come la principale fonte di valore, è logico che perderemo di vista il valore prodotto altrove.

I mezzi di produzione dietro il motore di ricerca di Google includono il suo indice costantemente aggiornato di "tutte le informazioni del mondo", attingendo a migliaia di miliardi di pagine precedentemente sottoposte a scansione che vengono interrogate, in tempo reale, dagli utenti che cercano risposte alle loro domande. L'enorme utilità e affidabilità dell'indice, a sua volta, genera un traffico elevato, che quindi - ma solo allora - crea opportunità di monetizzazione tramite la pubblicità. La personalizzazione dei risultati della ricerca, abilitata dall'estrazione di dati utente legati a query di ricerca, posizione dell'utente e altri punti dati, aumenta l'utilità del servizio. L'eccedenza comportamentale di Google, tuttavia, non è sicuramente l'unica eccedenza che aumenta il suo bilancio.

Per testare l'affermazione di Zuboff secondo cui i mezzi di produzione sono ora subordinati ai mezzi di modifica comportamentale, dobbiamo semplicemente disattivare il crawler di Google e vedere



quanto durerà la sua attività pubblicitaria. Cosa mantiene attivo il motore di ricerca? Bene, molti ingegneri e scienziati informatici. Sono prosciugati del surplus di manodopera? Forse, anche se sembrano troppo occupati per accorgersene. Ma sicuramente, ci deve essere qualche altro trucco. E infatti c'è: Google non paga praticamente nulla per indicizzare i contenuti di altri siti. È così che può fare così tanti soldi collegando le query di ricerca agli annunci mirati; i suoi costi di produzione sono minimi, poiché il contenuto indicizzato arriva quasi gratuitamente.

Chi riempie l'indice di contenuti utili? I soliti sospetti: robot, amatori, accademici, adolescenti. Ma anche molti professionisti dei media precari che stanno costruendo la loro reputazione online, sperando di produrre contenuti "virali". L'ultimo gruppo suona come una "classe" e una classe che non è così "nascosta". Google cavalca liberamente su contenuti prodotti altrove, completamente indifferenti al modo in cui - attraverso il lavoro o la passione, le risate o le lacrime - viene prodotto. Quelli con dati preziosi da indicizzare, ad esempio Twitter, hanno indotto Google a pagare loro pesanti tasse di licenza dei dati; costa a Google indicizzare e trarre profitto dal loro contenuto. La maggior parte dei fornitori di contenuti, tuttavia, non è stata così fortunata, in quanto mancava del potere contrattuale o della consapevolezza di ciò che stava accadendo.

Zuboff non ha molto da dire sull'indicizzazione, nonostante ne abbia parlato nel corso del libro. Invece, attinge a termini marxisti come "accumulazione per espropriazione" per sostenere che gli stanziamenti violenti delle materie prime sono endemici del capitalismo, non solo limitati al suo stadio iniziale di "accumulazione primitiva". La nuova fase neoliberalista, sostiene, intensifica tali pratiche, con Google che emerge come il maestro di ciò che Zuboff chiama "espropriazione digitale": stanno saccheggiando le esperienze umane a destra e sinistra.

Termini come "espropriazione", applicati al regno immateriale, spesso confondono quanto rivelano. Dopotutto c'è un aspetto importante in cui i dati non sono decisamente come il petrolio: non sono scarsi. Il fatto che Google, dopo una query di ricerca, sappia che mi piace l'avocado toast non significa che io stesso ho dimenticato che mi piace. Affermare che questo è lo stesso tipo di "espropriazione" del tipo che coinvolge qualcuno che si avvicina e rimuove fisicamente il toast di avocado dal mio piatto è semplicemente sbagliato. Questo non vuol dire che la mia ricerca di "avocado toast" non abbia alcun valore per Google, ma solo che trattarlo come "espropriazione" è errato.

Esaminate più da vicino, le lamentele di Zuboff sulla "spoliazione" e "l'accumulazione primitiva" le consentono di colpire singoli capitalisti insensibili, mentre, allo stesso tempo, evitano di criticare la mercificazione - l'imperativo sistemico corrosivo nel cuore del capitalismo che è propagandato come fonte di emancipazione, non schiavitù, nei suoi lavori precedenti. L'unica volta in cui Zuboff critica effettivamente la mercificazione - in due paragrafi di una formulazione quasi identica, separati da duecento pagine - è nel lamentarsi della mercificazione del "comportamento umano", il bene supremo al centro del suo universo.

Invece, preferisce rifondere anche gli esempi più banali di mercificazione sotto "accumulazione primitiva" e "espropriazione". Zuboff scrive, "nel nostro tempo di ideologia e pratica pro-mercato, questo ciclo [di accumulazione primitiva in corso] è diventato così pervasivo che alla fine non riusciamo a notare la sua audacia o contestare le sue affermazioni. Ad esempio, ora puoi "acquistare" sangue umano e organi, qualcuno per avere il tuo bambino o stare in fila per te o tenere un parcheggio pubblico, una persona che ti consoli nel tuo dolore e il diritto di uccidere un animale in via di estinzione". Nulla da obiettare qui, ma questi sono quasi tutti casi di scuola di mercificazione, non della "accumulazione per espropriazione" descritta da David Harvey (che lei cita, con approvazione). Quest'ultima comporta spesso mercificazione, ma non sono la stessa cosa. E, in ogni caso, la maggior parte di queste attività non fanno parte dell'economia di supporto di Zuboff, essa stessa una potente licenza per la mercificazione in piena regola?

A parte questi inconvenienti teorici, un'adeguata attenzione analitica sulla produzione rivelerebbe che anche se Google avesse abbracciato il modello di promozione dei diritti di Zuboff, sarebbe stato soggetto alle stesse dinamiche che Zuboff riserva al capitalismo della sorveglianza. Perché il freeride di Google sulle ricerche dei suoi utenti al fine di mostrare loro la pubblicità mirata è più un problema rispetto al freeride di Google sui contenuti indicizzati prodotti dai suoi non utenti, anche se è al fine di offrire ai suoi utenti un servizio superiore e pagato che è privo di pubblicità? Per Zuboff, il primo è più un problema solo perché l'opzione di promozione dei diritti non comporta modifiche del comportamento. Il fatto che la sua disposizione presupponga che il contenuto indicizzabile della fabbrica sociale continui per contenuti indicizzabili non si registra nemmeno come un problema negli argomenti incentrati sul consumo di *The Age of Surveillance Capitalism*, principalmente perché tali shakedown sono resi invisibili all'utente-consumatore finale e sono presentati come l'inevitabile sottoprodotto della ricerca online.

Ecco, quindi, una delle principali conseguenze della rivoluzione copernicana di Zuboff. Il concetto di capitalismo della sorveglianza sposta il luogo dell'inchiesta e le lotte che informa, dalla giustizia dei rapporti di produzione e distribuzione all'interno della fabbrica sociale digitalizzata all'etica dello scambio tra le aziende e i loro utenti. Per rendere il surplus comportamentale degli utenti - i consumatori emancipati dei precedenti lavori di Zuboff - così cruciale per la teoria occorre concludere che l'estrazione del surplus da tutte le altre parti non ha importanza, o forse non esiste.

È un po' come dire che, sotto il capitalismo manageriale, le lotte tra capitale e lavoro sulla proprietà delle attrezzature della fabbrica sono diventate subordinate alle lotte tra manager e lavoratori sull'accesso al "testo elettronico" che ha prodotto. Zuboff non ha mai fatto questa affermazione nel suo primo libro, in quanto non stava offrendo una teoria del valore - marxista o altro - ma piuttosto documentando le lotte istituzionali sorte a causa della tecnologia dell'informazione.

L'ultimo libro cerca di fare entrambe le cose, ma l'apparato teorico di Zuboff non è particolarmente adatto allo scopo. *The Age of Surveillance Capitalism* offre un esame approfondito di come le aziende supportate dalla pubblicità hanno incentivi per estrarre sempre più dati, danneggiando gli utenti, la democrazia e molto altro nel processo. Ciò che Zuboff non offre è una spiegazione di come viene prodotto il valore - tutto ciò, non solo quelle parti derivanti dal surplus comportamentale - nell'economia digitale. In sua assenza, la precedente ipotesi di Zuboff sul capitalismo della sorveglianza come il peggiore di tutti i capitalismi informatizzati possibili è difficile da valutare, figuriamoci giustificare.

### XIII

Ci sono pochi dubbi sul fatto che la rivoluzione copernicana di Zuboff sia un passo indietro nella nostra comprensione della dinamica dell'economia digitale. Ma anche quadri analitici errati possono produrre effetti sociali benefici. Google e Facebook si troveranno sicuramente sotto stretto controllo da parte di chiunque legga questo libro, non un risultato banale. Dovremmo accettare l'utilità politica del framework di Zuboff mentre ne respingiamo la validità analitica? Direi che possiamo procedere su questa strada solo se comprendiamo il prezzo di farlo: un maggiore senso di confusione riguardo alle origini, alle operazioni e alle vulnerabilità del capitalismo digitale.

Da buona Chandleriana, Zuboff deduce, spesso esaminando discorsi e documenti di importanti dirigenti tecnologici, imperativi che guidano le loro aziende. Un problema con tale analisi basata sui discorsi è che è incline a rilevare novità dove nessuna potrebbe sussistere. Pertanto, nel definire il surplus comportamentale come un nuovo locus di appropriazione capitalistica, Zuboff riscopre semplicemente i meccanismi di feedback discussi dalla cibernetica dagli anni '40. Consideriamo come, nel 1974, il cibernetico britannico Stafford Beer, a capo del Project Cybersyn, il breve

esperimento del Cile con il socialismo cibernetico, descrisse i pericoli di lasciare all'industria della pubblicità esperta in tecnologia un adeguato feedback degli utenti:

*Useremo il potere dei computer per intraprendere un processo di modifica per conto dell'unico editore che conta più: il cliente stesso. . . Se siamo in grado di codificare gli interessi e le suscettibilità di un individuo sulla base del feedback che fornisce. . . gli esperti di marketing verranno a utilizzare questa tecnica per aumentare la risposta relativamente piccola a una spedizione postale che esiste oggi a una risposta dell'ordine del 90 per cento. . . . Il ciclo di condizionamento esercitato sull'individuo verrà chiuso. Quindi abbiamo fornito un sistema fisiologico perfetto per la commercializzazione di qualsiasi cosa ci piaccia, non solo una vera conoscenza, ma forse una "verità politica" o "la necessità ineluttabile di agire contro il governo eletto".*

La datazione di Zuboff della "scoperta" del surplus comportamentale nell'incursione di Google nella pubblicità, allo stesso modo, nasconde le basi geopolitiche che hanno reso possibile quell'incursione. Perché Google e Facebook sono emersi in America per conquistare il resto del mondo? Una spiegazione storica non funzionalista avrebbe contrassegnato gli sforzi attentamente pianificati - iniziati durante la guerra fredda e intrapresi a Washington, Wall Street, Hollywood e, solo più tardi, nella Silicon Valley - per facilitare il "libero flusso globale di informazioni", un eufemismo per dire espansione globale delle imprese statunitensi ad alta intensità di dati. Qualsiasi sfida a questo regime da parte dei paesi del Sud del mondo è stata schiacciata.

La storia del dominio degli Stati Uniti sulle telecomunicazioni globali non è iniziata l'11 settembre; è molto più lunga e brutta. Il modo in cui identifichiamo e datiamo le sue vittime, sia che iniziamo nel 2003 o nel 1973, quando l'esperimento cileno di Beer nel socialismo cibernetico è stato soppresso, è importante. Affermare che "il capitalismo della sorveglianza è stato inventato da un gruppo specifico di esseri umani in un determinato momento e luogo" significa cancellare gran parte di questa storia anonima. Cercando di spiegare e denunciare le nuove dinamiche del capitalismo della sorveglianza, Zuboff normalizza troppo il capitalismo stesso.

A questo si collega la sua definizione in stile Fukuyama della scelta di fronte alla civiltà dell'informazione come scelta tra capitalismo della sorveglianza e capitalismo orientato alla promozione dei diritti. Non dovremmo prima chiederci perché, negli anni '90, le nostre esigenze di informazione non erano più soddisfatte dalle istituzioni pubbliche - come biblioteche, università o ufficio postale - ma piuttosto dalle aziende? Il neoliberalismo era limitato all'aumento del valore e della deregolamentazione degli azionisti, come osserva Zuboff, osservando il neoliberalismo attraverso l'obiettivo dell'impresa? O aveva altre dimensioni più consequenziali?

Ad esempio, uno dei fattori chiave che hanno contribuito al successo dell'agenda neoliberista è stata la pervasiva retorica della "sovranità dei consumatori", che suona come qualcosa che Zuboff potrebbe ben sostenere. Questa ideologia ha reinventato la società come composta da consumatori opportunisti piuttosto che membri di istituzioni infuse di solidarietà come i sindacati. Gli strumenti di credito e politici finalizzati alla modifica comportamentale sono stati adottati dai politici neoliberisti proprio perché hanno lavorato per trasformare questa nozione in realtà. Come affermava Margaret Thatcher, "l'economia è il metodo; l'obiettivo è cambiare l'anima". Un'identità post-neoliberista, ricettiva alle idee di solidarietà, emergerà da sola senza uno sforzo analogo di modificazione comportamentale? E dovremmo rinunciare categoricamente alla modificazione comportamentale nella lotta contro il riscaldamento globale o il sessismo?

Oltre a richiedere nuovi diritti e leggi, Zuboff - una riformista, non una rivoluzionaria - offre poco di un programma concreto. Questa lacuna politica potrebbe derivare da come sono definiti il capitalismo della sorveglianza e la sua merce fittizia primaria, l'esperienza umana. Chiaramente,

nessuno sostiene la socializzazione dell'esperienza umana. Ma se dovessimo definire la merce fittizia come dati, diventano possibili richieste politiche sensate, come quelle per nuovi tipi di proprietà dei dati. Nel respingere queste richieste come il semplice rafforzamento dello status quo, Zuboff fa riferimento solo a piani, come quelli del World Economic Forum, per trattare i dati come una classe di attività. Ma che dire delle proposte per regimi più egualitari di proprietà dei dati che, trascendendo la proprietà privata, non compaiono nemmeno sul radar aziendale?

Attaccare Zuboff per la scarsità della sua agenda politica, tuttavia, significa trascurare il modo in cui la sua stessa meschinità si confronta con la portata del problema che affronta. Supponendo che il problema sia la modifica del comportamento umano, estende il modello analitico fornito dalla teoria liberale dei diritti individuali - al "santuario" e al "tempo futuro" - in nuovi domini. Questa risposta è logica nel quadro di Zuboff: nuove forme di capitalismo violano i diritti individuali; in tali casi, la società tradizionalmente creava nuovi diritti; questo è quello che dobbiamo fare ora.

Se abbandoniamo le catene epistemologiche della tesi tautologica di *The Age of Surveillance Capitalism III* e i miti Chandleriani sulla natura idilliaca del capitalismo manageriale, scopriamo che i problemi precedenti avevano una portata maggiore e che venivano risolti, quando erano, in modo diverso. Ciò non significa abbandonare la lotta per i diritti, ma riconoscere che possono anche essere di un tipo diverso. Che dire, ad esempio, dei nuovi diritti sociali ed economici, come il diritto all'uso incondizionato e illimitato dell'infrastruttura informatica, supportato dal diritto universale alla crittografia avanzata quando necessario, che potrebbe portare a nuove forme di coordinamento fondate sulla solidarietà, non sul ricerca del profitto?

Il principale ostacolo nel percorso verso tali diritti è il fatto che l'utente-consumatore emancipato di Zuboff è quasi costituzionalmente incapace di fare richieste collettive, almeno quando non sono destinate a portare a un consumo maggiore e migliore. Scrive quindi, con approvazione, che "la prima modernità ha soppresso la crescita e l'espressione di sé a favore di soluzioni collettive. . . per la seconda modernità, il sé è tutto ciò che abbiamo". È all'interno di questa cupa concezione della socialità che il consumo emerge come l'istituzione architrave di una modernità popolata da individui, non da collettivi.

#### XIV

Contrariamente alle aspettative dei teorici autonomi italiani - che prevedevano l'avvento del feudalesimo futuristico emancipatore, con i suoi lavoratori cognitivi che rivendicavano i mezzi di produzione mentre guardavano i capitalisti perdere la presa collettiva sull'estrazione di valore - i capitalisti non sono scomparsi. Si sono appena presi un breve anno sabbatico per inventare forme più sottili di Taylorismo. Steve Jobs ci ha promesso i computer come "biciclette per la mente"; ciò che abbiamo ottenuto sono invece le catene di montaggio per lo spirito.

Vale la pena rifare queste linee di assemblaggio in officine artigianali? Scrivendo della "mutazione" all'interno del "capitalismo dell'informatizzazione" e di un "vaccino" da applicare contro il capitalismo della sorveglianza, Zuboff crede chiaramente che sia possibile un'alternativa capitalista più umana. Dobbiamo solo abbandonare le modifiche comportamentali. Un sistema sanitario fornito da Apple - costoso ma sicuro per i dati - sarebbe migliore di un sistema sanitario fornito da Google - gratuito ma con perdite di dati? Forse. Ma dobbiamo davvero scegliere tra i due? O la nostra immaginazione istituzionale può tracciare altre alternative?

La scelta tra Google e Apple si basa su una precedente scelta tra capitalismo e non capitalismo, che lo sguardo Chandleriano di Zuboff non registra spesso. Poiché l'impresa è l'unità base di analisi, vedere oltre il capitalismo è difficile, anche se i doppi movimenti sono autorizzati a modificare le operazioni del capitalismo. Inoltre, Zuboff ha da tempo raggiunto la conclusione secondo cui non

esiste una zona significativa al di fuori della forma delle merci. La merce, come sosteneva The Support Economy, non è più qualcosa da temere; "Tutto ciò che può essere mercificato", ha proclamato, "sarà mercificato".

Potremmo domare la merce attraverso uno di questi doppi movimenti, ma una vita oltre le merci? Dimentichiamocela. La società postindustriale ha visto arrivare la propria "fine della storia" prima del previsto. Non dobbiamo ricorrere al pessimismo elitario della scuola di Francoforte - stranamente, una fonte d'ispirazione per Zuboff - per vedere che una teoria senza consumo esterno è di scarso aiuto nel contrastare artisti del calibro di Facebook e Google. Il paradosso centrale del pensiero di Zuboff rimane: l'esperienza umana dovrebbe essere protetta dal diventare una merce fittizia, in modo che possa essere emancipata e arricchita da altre merci.

Gli autonomi, nonostante la loro resa molto simile alle spiegazioni funzionaliste e la loro lettura quasi teologica del capitalismo moderno, suggeriscono giustamente che un'esistenza sociale più decentralizzata e decentrata è sia possibile che desiderabile. La loro versione della seconda modernità, come quella di Zuboff, vede gli individui staccarsi dalle celle suburbane standardizzate assegnate loro dalla modernità incompleta della produzione di massa. Ma, a differenza di lei, sostengono che la vera emancipazione - anche da parte di enormi istituzioni burocratiche, non solo di quelle di mercato - non proviene dal consumo individualizzato di servizi di promozione dei diritti, ma dalla produzione collettiva di nuove istituzioni democratiche. Respingono la precedente nozione di "spazio individuale" di Zuboff, insistendo sul fatto che lo spazio della vera autorealizzazione è sempre sociale.

Mancando una teoria di come che le istituzioni e le pratiche dovrebbero trovarsi al di fuori della logica del capitalismo, Zuboff può solo rivolgersi ai diritti e al consumo individuali. Definito in modo così restrittivo, il suo doppio movimento preferito sarà sicuramente dirottato da Tim Cook di Apple. Dovremmo dare un passaggio ad Apple solo perché la sua "difesa" implica un dispositivo troppo costoso che, pur offrendo un minimo di privacy, porta anche alla sua inevitabile mercificazione? Non ci interessa se la crittografia avanzata sia un diritto universale o un servizio commerciale? La modifica comportamentale attraverso gli imperativi monetari è meno malvagia dell'oppressione attraverso quelli relativi ai dati? In tal caso, il nostro problema è con il "sistema dei dati della sorveglianza", non con il capitalismo della sorveglianza.

Zuboff, sorprendentemente, lascia aperta questa porta interpretativa. Rivisto come un avvertimento contro il "sistema dei dati della sorveglianza", il libro regge abbastanza bene. La profezia anti-dati consente a Zuboff di deviare le accuse di tautologia minimizzando le spiegazioni relative agli imperativi capitalisti. Invece, può affermare che il "potere strumentale" in realtà consolida una logica politica più ampia - forse, della "governamentalità" di Foucault - che trasforma le imprese capitaliste in semplici pedine nel gioco della disciplina del comportamento umano. I capitalisti non hanno altra scelta che prendere parte a questo anonimo progetto di domare l'infinito del divenire umano; dove possono, fanno anche profitti, ma tali imperativi volgari sono solo secondari alla loro missione generale. Tale riformulazione, tuttavia, ruba il libro alla sua stessa logica: dovrebbe essere una teoria del capitalismo, Chandlerianism 2.0, scritta da un professore di economia, non un trattato sulla società disciplinare del "sistema dei dati". Questo non vuol dire anche che gran parte della teoria sociale che Zuboff stessa invoca per parlare di una "terza modernità" va direttamente contro la più oscura interpretazione foucaultiana di questa epoca.

La rivoluzione copernicana di Zuboff è molto più facile da spiegare con il suo debito verso Chandler che con quello che ha con Foucault. Le prescrizioni di Chandler erano generalmente limitate a chiedere che i manager fossero più responsabili. Zuboff trascende tale disfattismo. Ma il suo doppio movimento non vincerà prima che sia il capitalismo manageriale sia il capitalismo della sorveglianza siano teorizzati come "capitalismo" - un insieme complesso di relazioni storiche e

sociali tra capitale e lavoro, lo stato e il sistema monetario, la metropoli e la periferia - e non solo come aggregato di singole aziende che rispondono agli imperativi del cambiamento tecnologico e sociale. Il fatto che un ristretto resoconto dell'impresa competitiva sia la definizione operativa del "capitalismo" nelle scuole di business americane non è un motivo per impoverire la più ampia discussione sulle motivazioni e sulle carenze del sistema.