

Intervista ad Adam Erik Arvidsson

Rosanna Marino, Mirella Paolillo

Il terzo incontro della rubrica "Incontro Fuori Luogo" è con Adam Erik Arvidsson, Professore ordinario di Sociologia generale, docente di Sociologia della cultura digitale presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. Di origine svedese, già professore di Sociologia della Globalizzazione e dei Nuovi Media presso l'Università Statale di Milano, Arvidsson ha insegnato anche in Inghilterra e in Danimarca. I temi centrali della sua attività teorica e di ricerca riguardano le connessioni tra economia, società e tecnologia, con uno sguardo rivolto in particolare alle trasformazioni introdotte dall'avvento dei media digitali. In questo ambito, Arvidsson ha svolto, tra gli altri, un progetto di ricerca sulle economie della reputazione in collaborazione con la Copenaghen Business School.

DOMANDA. Professor Arvidsson, i suoi interessi di ricerca guardano alle nuove forme di produzione e organizzazione economica che si sono evolute intorno ai nuovi media. Quali sono oggi le caratteristiche del capitalismo digitale?

RISPOSTA. *Ci sono alcune dimensioni significative attraverso le quali leggere le caratteristiche del capitalismo contemporaneo. La prima dimensione riguarda le trasformazioni delle relazioni di produzione materiale: oggi un computer o un tostapane non sono prodotti in un'unica fabbrica, ma in una rete di fabbriche che attraversano tutto il globo e in tali processi di produzione globali si inseriscono nuove forme di collaborazione produttiva che sono radicalmente diverse rispetto a soli trenta o quaranta anni fa.*

La seconda dimensione riguarda un paradosso: c'è un divario molto grande fra la retorica e le promesse di innovazione delle tecnologie digitali e la loro effettiva capacità di generare una crescita economica sostenibile. Questa è una caratteristica fondamentale del capitalismo contemporaneo, che, pur basandosi su un'ampia disponibilità e specializzazione tecnologica, non è in grado di valorizzare in un'ottica di sostenibilità e di miglioramento della qualità della vita delle persone le tante forme di collaborazione che tali tecnologie rendono possibili. Pensiamo, ad esempio, alle culture partecipative, alle forme di Open Science, alle modalità peer-to-peer. In un certo senso, così come l'economia feudale generava nuove risorse comuni, nuove forme di organizzazione comunitaria e nuovi saperi condivisi, così l'economia digitale ha reso possibile l'emergere di nuovi commons, un nuovo potenziale produttivo che si presenta come effetto non tanto delle tecnologie stesse, ma dei processi di interazione e collaborazione che le tecnologie digitali incoraggiano. Da un punto di vista strettamente economico, questo nuovo potenziale produttivo e collaborativo non è in grado di realizzare le promesse di guadagno e di investimento, ma soprattutto non è capace di generare un modello economico sostenibile.

Si pensi ad esempio ai Big Data e all'enorme valore che questi dati potrebbero avere per risolvere problemi socialmente rilevanti ed invece sono utilizzati principalmente per targhettizzare i consumatori e proporre pubblicità mirata.

La terza dimensione, che accomuna il capitalismo industriale e il capitalismo digitale, riguarda la profonda crisi che entrambi i sistemi stanno vivendo, poiché in entrambi i casi si sta andando verso una crisi strutturale della produttività. A partire dagli anni Ottanta e con una grande accelerazione negli ultimi dieci anni si è sviluppato un processo di finanziarizzazione dell'economia che ha creato una sorta di scissione: da un lato ci sono i mercati finanziari estremamente ricchi di liquidità e, dunque, un'enorme inflazione dei capitali disponibili; dall'altro c'è una grande carenza degli oggetti d'investimento. Questo è il sintomo di una crisi profonda del capitalismo contemporaneo, molto simile al capitalismo industriale, sia perché i media digitali hanno congelato le relazioni di produzione in un modello industriale novecentesco, sia perché il modello sociale contemporaneo è essenzialmente assimilabile a quello del capitalismo industriale. C'è una carenza di visione nel capitalismo digitale che limita anche l'orizzonte degli investimenti. Potremmo dire che il capitalismo digitale è una riproposizione del capitalismo novecentesco in una nuova veste o più precisamente che il capitalismo industriale del secolo scorso non si è ancora evoluto in qualcosa di radicalmente nuovo, ma è in una fase di transizione, quella attuale della finanziarizzazione, e ha perso la sua razionalità sociale e le sue radici. Già negli anni Venti i marxisti parlavano di una fase finale del capitalismo, che sarebbe stata più di conservazione che di innovazione e io credo che oggi siamo in questa fase, in cui non vi è la capacità di suggerire un modello economico per il futuro.

D. Il suo volume *Ethical Economy* affronta il tema dell'economia etica nel terzo millennio e suggerisce una chiave di lettura inedita della relazione tra produzione, distribuzione e consumo. Su cosa si basa questa sua riflessione?

R. La prima parte del libro è un'analisi del capitalismo finanziario e della relazione tra finanza e general intellect. La seconda parte, invece, racchiude la proposta di un modello di economia etica, basata sul valore della reputazione delle organizzazioni. In particolare, il libro propone di utilizzare la reputazione come indicatore per misurare la responsabilità sociale delle organizzazioni. Partendo dal presupposto che le organizzazioni hanno un valore tangibile e un valore intangibile, la mia posizione è che il valore intangibile riflette la capacità di generare valore dal general intellect, distribuito socialmente al di fuori dell'organizzazione. Il libro ha avuto una storia particolare e per diverse ragioni è stato pubblicato dopo l'esplosione della crisi finanziaria globale, per cui alcune riflessioni in esso contenute oggi non sono del tutto condivisibili.

D. Le fabbriche stanno cambiando, sono sempre più digitali e interconnesse: la quarta rivoluzione industriale è cominciata con l'industria 4.0. Quali sono le nuove sfide per l'Italia, uno dei principali Paesi manifatturieri al mondo?

R. Il concetto di Industria 4.0 è ancora in cerca di definizione. Oggi se ne sente parlare come lista delle nuove tecnologie, come robotica, Internet of Things, Big Data, Data Mining e così via. In realtà, alla base dell'Industria 4.0 non c'è alcuna visione, né tantomeno una visione del modello di società a cui aspirare, cosa che invece era presente nell'Industria 1.0, 2.0 e 3.0. Si tratta di un concetto introdotto in Europa dalla Germania e finalizzato a generare un upgrade delle piccole e medie imprese tedesche, quasi a voler introdurre un modello d'innovazione alternativo a quello della Silicon Valley. Per quanto riguarda l'Italia, la situazione è molto più problematica perché il tessuto produttivo italiano è composto quasi esclusivamente da piccole e medie imprese, spesso molto indietro sul fronte tecnologico rispetto agli altri paesi europei. L'Italia è un Paese industriale più che industriale e non so quanto l'Industria 4.0 sia applicabile alle imprese italiane. Attualmente sto lavorando proprio ad un progetto di ricerca con alcune Camere di Commercio della Campania per capire quali potrebbero essere i vantaggi dell'implementazione del modello Industria 4.0 nelle imprese del settore agricolo. Al momento non so dire con certezza quali saranno le opportunità derivanti dall'adozione di tale modello, ma posso dire che ci sono molte resistenze, difficoltà, problematiche legate all'occupazione e alle competenze. Inoltre, in Italia non si può parlare di vere e proprie policy di Industria 4.0, ma solo di alcuni piccoli interventi dello Stato miranti alle detrazioni fiscali per le imprese che investono in determinate tecnologie. Completamente diversa è, ad esempio, la situazione cinese: in Cina stanno investendo moltissimo su tale modello, basato essenzialmente su un alto livello di automazione e specializzazione tecnologica, come ad esempio nel caso della robotica industriale. La cosa più importante che il tema dell'Industria 4.0 mette in evidenza, tuttavia, è la necessità di orientare lo sviluppo e la produzione di oggi e di domani tenendo conto della sostenibilità e della resilienza, non solo in senso ecologico e ambientale, ma anche in senso sociale: le innovazioni tecnologiche servono se generano, anzi rigenerano valore economico e meccanismi sociali per distribuire tale valore.

D. Il caso Cambridge Analytica ha evidenziato il paradosso che riguarda la raccolta, la gestione e la diffusione dei dati personali degli utenti da parte dei colossi del web. Quali sono i rischi legati all'uso politico dei Big Data nell'era dell'economia dell'informazione?

R. Secondo me il caso Cambridge Analytica è stato sopravvalutato per varie ragioni. La prima è che questo episodio non ha mostrato nulla di nuovo perché è ormai risaputo che i dati e le preferenze degli utenti dei siti di social networking sono raccolti e manipolati per fini commerciali e istituzionali; la cosa nuova è che il caso ha avuto un grande impatto sui media mainstream ed ha mostrato all'opinione pubblica mondiale il lato oscuro dei social media. La seconda ragione riguarda il ruolo dei social media nell'influenzare le decisioni di voto degli elettori: non credo che la gente scelga di votare per l'uno o l'altro candidato solo perché gli viene proposta pubblicità mirata nella "home" di Facebook, ritengo questo approccio determinista e riduttivo. In realtà la gente vota Trump per tutta una serie di ragioni che non c'entrano con Facebook. La vera questione, secondo me, è il ruolo delle piattaforme e degli algoritmi nel gioco della democrazia: essi avranno in futuro un ruolo sempre più importante nell'amministrazione del potere. Da questo punto di vista sono un po' apocalittico perché ritengo che sia questa la direzione in cui stiamo andando.

D. Nel dibattito tra Net neutrality e Net governance qual è la sua posizione?

R. Io sono per la Net neutrality, ovviamente, però penso che sarà un ideale sempre più difficile da mantenere, da un punto di vista pratico. Ovviamente da persona io posso desiderare tutta una serie di cose che poi magari da sociologo sono più difficili da sostenere come possibili. La Net neutrality di fatto non c'è, ormai la maggior parte delle persone vanno su Facebook, vanno su Netflix, vanno su Google. Su quest'ultimo neanche tanto, almeno dai dispositivi mobili. Recentemente abbiamo fatto uno studio proprio sull'uso dello smartphone e delle attività che avevamo registrato solo il 5-6% riguardava Google, il resto era Facebook e WhatsApp. Netflix non tanto perché non si guarda sul piccolo schermo. Quindi già quello che era il web vent'anni fa - uno spazio da esplorare, un cyberspazio - per la maggior parte degli utenti si è trasformato in dei canali di comunicazione.

D. Quali sono le questioni più urgenti di cui si dovrebbe occupare oggi la sociologia della comunicazione, sia dal punto di vista della riflessione teorica che dell'applicazione metodologica?

R. Penso che sia utile integrare una serie di temi. Per quanto riguarda la sociologia culturale quello che è successo già da molto tempo è la fondamentale integrazione fra processi culturali e processi economici, per cui è importante vedere come le pratiche culturali rientrano in delle forme di produzione di valore economico e viceversa. Un'altra cosa necessaria è cercare di andare oltre il divario fra digitale e non digitale. C'è un problema, secondo me, con la Sociologia dei media e soprattutto con la Sociologia dei media digitali ed è che spesso le ricerche consistono nell'osservare fenomeni on-line e poi scriverne qualcosa. C'è stata tutta questa ondata di ricerca sulle web communities, che è anche facile da fare, lo puoi fare anche senza uscire di casa. In qualche modo però bisognerebbe andare oltre e non guardare più tanto il digitale come uno spazio a parte, ma come qualcosa che è integrato in vari processi che si svolgono nel tempo e nello spazio e che coinvolgono anche corpi e relazioni. Cioè, una sociologia di una società digitale più che dei media digitali. Un altro punto cruciale è iniziare a prendere sul serio i vari processi di innovazione e di organizzazione sociali che utilizzano le tecnologie digitali ma magari in un modo non previsto: quando pensiamo all'economia digitale pensiamo a Facebook, ad Amazon e ai grandi colossi del web. Però c'è anche un'enorme economia del semisommerso, del pirata, che rappresenta una sorta di rete internazionale di scambi basati sulle tecnologie digitali per le coordinazioni, per le comunicazioni, per il trasferimento dei pagamenti e che poi finisce per interagire anche con la domanda di mercato in un modo molto interessante. Ci sono delle forme di orga-

nizzazione che vengono fuori in questo senso e sono magari più rilevanti da un punto di vista empirico per una fetta più grande della popolazione, ma che noi tendiamo a ignorare perché abbiamo un'idea di che cos'è la Sociologia della cultura e delle culture digitali: le controculture, i movimenti, la musica, l'arte, che sono certamente importanti, però sarebbe interessante secondo me spostarsi un po' oltre. E poi, ovviamente, sperimentare una fusione, in funzione metodologica, anche tra i dati digitali e i dati non digitali. Per quanto riguarda le metodologie, secondo me sono tutte valide, bisogna usare quelle che servono per rispondere a una particolare domanda. Quello che vorrei fare io nel futuro, invece, è cercare di lavorare sulle economie informali, ma soprattutto sulla questione legata all'impatto del cambiamento climatico sulla società, con particolare riferimento al modo in cui nascono spontaneamente delle forme di resistenza e di risposta.

D. Quali sono oggi i territori "fuori luogo" della sociologia?

R. La sociologia oggi è fuori luogo, nel senso che è praticamente irrilevante a tutti tranne che ai sociologi. Perché ha avuto un processo di autoreferenzialità crescente, a partire più o meno dagli anni Novanta, per tutta una serie di motivi che in parte non dipendono da noi e in parte invece dipendono da noi. La sociologia inglese, ad esempio, era estremamente produttiva fino agli anni Ottanta e Novanta, poi, l'arrivo di questo sistema di riforma universitaria basato sulla misurazione della produttività scientifica e sulla necessità di pubblicare sempre in alcune riviste, spesso le stesse cose, ha proprio stroncato la sociologia inglese, che ormai è stata completamente neutralizzata come forma di pensiero critico. In Italia secondo me la situazione non è così grave perché per fortuna questa sorta di governance non è ancora abbastanza diffusa: la gente scrive ancora libri e c'è ancora una rilevanza pubblica della sociologia, maggiore di quella dei paesi anglosassoni. Secondo me oggi la sociologia deve trovare un modo di diventare rilevante di nuovo, diventare di nuovo una sorta di public sociology, capace di dare una spiegazione alternativa è più fondata di quello che sta accadendo intorno a noi. Per fare questa cosa bisogna un po' lasciare una sociologia che è diventata troppo preoccupata delle tematiche interne, delle proprie teorie sofisticate, oppure anche delle mode che spesso dettano quello che viene ricercato e intraprendere un percorso che invece cerca di andare incontro a quelle che effettivamente sono le domande che le persone normali si fanno: perché c'è la crisi economica? Perché non si riescono a cambiare le cose? Cosa spinge i giovani ad emigrare? Bisognerebbe ripartire da queste domande, bisognerebbe fare una sociologia un poco più umile, "sporcarsi le mani" di nuovo. E poi secondo me abbiamo anche una tendenza a ripetere le cose all'infinito. Ad esempio, adesso sappiamo cosa sono i social media, come la gente li usa, cosa fanno. Non c'è più bisogno di ricerche sui social media, non c'è bisogno di un'altra etnografia di Facebook. Cioè, ci sono questi modelli che vengono poi ripetuti e replicati. Cercare di spingersi un po' fuori da tutto questo sarebbe, appunto, fuori luogo.