
Indice

- 7 *Introduzione*
Lavoro e rapporti sociali nell'economia della conoscenza
di Loris Caruso
- 27 Prima parte. **Capitalismo cognitivo e problemi del lavoro. Un quadro teorico**
- 29 **Capitolo 1** - Miti e contraddizioni del capitalismo cognitivo
di Carlo Formenti
- 39 **Capitolo 2** - Autonomia e subordinazione tra i *knowledge workers*.
Riflessioni sui dispositivi di formazione della soggettività
di Emiliana Armano
- 55 **Capitolo 3** - Capitale, lavoro e conflitto nel capitalismo digitale
di Sergio Bellucci
- 69 **Capitolo 4** - Dentro la crisi. Trasformazioni del lavoro e nuove
coalizioni sociali
di Francesco Sinopoli
- 79 Seconda parte. **Analisi, esperienze, proposte**
- 81 **Capitolo 1** - Precarietà e ruolo del sindacato
di Ivana Brunato
- 86 **Capitolo 2** - Le nuove istituzioni dell'intelligenza collettiva
di Giuseppe Allegri
- 104 **Capitolo 3** - L'esperienza della Consulta dei lavoratori professionali
di Mario Esposti

109	Capitolo 4 - Homo precarius. Foemina praecaria di Andrea Fumagalli
121	Capitolo 5 - Nuova economia e nuovo lavoro a Milano di Cristina Tajani
125	Capitolo 6 - Precarietà e lavoro redazionale di Simona Incerto e Alessia Ballinari
130	Capitolo 7 - Il welfare per i lavoratori dello spettacolo a Milano di C.Re.S.Co (Coordinamento delle Realtà della Scena Contemporanea)
138	Capitolo 8 - Precarietà e conoscenza nel settore della pubblicità di Dilva Giannelli
153	Notizie sugli autori
157	Bibliografia

Questo libro nasce per iniziativa della Flc Cgil di Milano, che ha organizzato nel novembre del 2011 il convegno "Precarietà e lavoro della conoscenza" e, successivamente, ha chiesto ai relatori di elaborare in forma scritta gli interventi che sono qui raccolti.

La Camera del Lavoro di Milano e la Flc Cgil nazionale hanno supportato entrambe le iniziative.

Introduzione

Lavoro e rapporti sociali nell'economia della conoscenza

Loris Caruso

Il tema dell'economia della conoscenza è centrale nel dibattito teorico e politico ormai da diversi anni. Da un punto di vista teorico questo dibattito è stato vivace soprattutto in Italia, dove il ruolo assunto dalla produzione di conoscenza (o per mezzo della conoscenza) è stato ritenuto così decisivo da connotare l'intero sistema di produzione. Da qui nasce la definizione del capitalismo contemporaneo come "capitalismo cognitivo". Le analisi sul capitalismo cognitivo si sono finora concentrate sul modo in cui i processi produttivi più avanzati modificano i rapporti tra il capitale e il lavoro da un lato, e tra il capitale e la società dall'altro. Politicamente, le conseguenze di queste trasformazioni sono invece diventate la base culturale delle mobilitazioni di alcuni importanti movimenti sociali (primi tra tutti i movimenti dei precari), il terreno di confronto tra questi movimenti e soggetti più tradizionali della sinistra come i partiti e i sindacati, la chiave per interpretare la nuova "composizione di classe" del capitalismo e la visuale a partire dalla quale pensare e agire forme innovative di azione politica e sociale.

In questo volume tentiamo una panoramica di questo dibattito, delle elaborazioni e delle rivendicazioni collettive che stanno emergendo, mettendo al centro i protagonisti delle trasformazioni in corso e dell'iniziativa politica e sociale che li riguarda.

La produzione di conoscenza come produzione di società

Negli anni Ottanta iniziano a svilupparsi teorie secondo cui l'economia contemporanea non si baserebbe più sulla produ-

zione di merci materiali, il cui valore è determinato dal costo di produzione, ma sul valore-conoscenza. Su questo tema, successivamente, si sviluppano due orientamenti teorici fondamentali. Il primo considera prevalentemente gli aspetti positivi delle trasformazioni in atto. Quando ne evidenzia problemi e contraddizioni, lo fa immaginando il loro superamento attraverso un processo di liberalizzazione del capitalismo cognitivo e una maggiore incorporazione tra economia e società. Il secondo orientamento, prevalentemente riconducibile al cosiddetto paradigma post-operaista (Formenti 2009), evidenzia i limiti del nuovo sistema produttivo, ma ne sottolinea anche gli elementi contraddittori, a cui vengono assegnati effetti emancipativi sul lavoro, intravedendo la possibilità di una progressiva "colonizzazione" delle relazioni di mercato da parte di relazioni sociali paritarie e cooperative.

Esaminiamo questi due orientamenti discutendo due elaborazioni che ne sono esemplificative: quelle di Rullani, da un lato, e di Gorz, dall'altro.

Le tesi di Rullani (2004, 2009) sull'economia della conoscenza sono condivise da una parte consistente della letteratura sul tema. Proviamo a sintetizzarle. L'idea centrale è che tutto il lavoro, da quello più qualificato a quello meno qualificato, da quello manuale a quello intellettuale, sia diventato lavoro cognitivo. Non esisterebbe quasi più (nei paesi a capitalismo avanzato) prestazione lavorativa che non implichi creatività, capacità di gestire imprevisti, utilizzo di facoltà mentali. Quasi tutti i lavoratori sono quindi *knowledge workers*, e per questo motivo il valore del lavoro è difficilmente misurabile in base al tempo, mentre sempre di più viene valutato in base alle competenze e ai risultati. Il valore generato dal lavoro cognitivo, al contrario di quello che generava il lavoro energetico, non dipenderebbe da un dato oggettivo (costo dei fattori produttivi, tempo impiegato), ma dal significato soggettivo che chi utilizza la conoscenza prodotta le assegna. Si rompe così la corrispondenza tra *input* (lavoro erogato) e *output* (valore generato).

L'economia della conoscenza non è un fenomeno nuovo. Di conoscenze e di loro applicazioni al processo produttivo è da sempre innervata l'economia moderna, anche se non estesamente come oggi. Ma rispetto alla prima modernità c'è una discontinuità anche qualitativa: la conoscenza attuale non è

più quella che si materializza in macchine, intelligenze artificiali, codici standardizzati, automatismi e tecnostutture riproducibili su larga scala. È anche, ancora, questo. Ma è soprattutto una conoscenza che raccoglie le promesse non mantenute di quelle che sono state salutate come le trasformazioni epocali degli ultimi decenni: la rivoluzione post-industriale (centralità dei servizi, importanza delle relazioni e del capitale sociale), la post-modernità (l'incertezza come dimensione determinante della vita collettiva, ma anche l'autoriflessività, l'eterogeneità culturale), la New economy (centralità delle reti e dell'interscambio di filiera).

La conoscenza impiegata e prodotta dal lavoro cognitivo non è più prevalentemente "smaterializzata" in codici e riproducibile, perché il valore è generato proprio dalla combinazione di saperi standardizzati, meta-conoscenze e saperi situati, contestuali, comunitari, identità collettive e subculture. La conoscenza "situata" sta sia a monte che a valle del processo industriale produttivo di conoscenza: a monte, perché le conoscenze e le attitudini di cui gli individui sono portatori, e che ad essi derivano in gran parte da processi di socializzazione, appunto, situati, sono a tutti gli effetti un fattore produttivo, immesso nel processo; a valle, perché è nella capacità che una conoscenza e un'innovazione hanno di suscitare l'attribuzione di valore simbolico e immateriale da parte del consumatore, che risiede la loro capacità di produrre valore. Questa attribuzione di valore dipende dall'apprezzamento soggettivo dell'esperienza di "consumo della conoscenza", e questo discende a sua volta dal contesto in cui ci si trova, dall'interpretazione che ne viene data, dal grado di partecipazione emotiva.

Il valore che viene prodotto dalla propagazione della conoscenza non andrebbe più a esclusivo vantaggio delle imprese che la producono, ma ricadrebbe anche sugli utilizzatori: subfornitori, imitatori, utenti, consumatori. Si modifica, dunque, la stessa struttura del valore, sempre più difficile da ricondurre ai confini del regime di proprietà. Cooperazione e condivisione sono considerati due aspetti determinanti della produzione di valore nell'economia cognitiva, anche in questo caso a monte e a valle della produzione. Per essere prodotta, la conoscenza usa risorse condivise con altri (altre imprese della filiera) o create cooperando con altri, e in alcuni casi usa risorse esplici-

tamente sociali, come le conoscenze di base fornite da un sistema scientifico, o la presenza sul territorio di un capitale sociale che genera fiducia. Dall'altra parte, i prodotti del processo cognitivo acquistano valore solo attraverso la diffusione degli usi, e quindi attraverso la condivisione della conoscenza con altri. Questi due "obblighi alla condivisione", secondo Rullani, rendono impossibile calcolare la produttività riferita al contributo di una singola impresa. L'unico calcolo possibile è quello della produttività congiunta, cioè il contributo complessivo di tutta la filiera alla produzione della conoscenza/innovazione. Allo stesso modo non esistono sistemi deterministici per attribuire a ogni soggetto la propria quota di valore, come non è possibile impedire che chi non partecipa alla filiera utilizzi, goda o usufruisca della conoscenza prodotta.

Il quadro generale che ne risulta è quello di un'economia in cui per "fare impresa" non conterebbero più la proprietà del capitale e il potere di comando, ma la partecipazione degli attori economici ai processi di apprendimento di nuova conoscenza, e la loro possibilità di accedere alla conoscenza pregressa. L'impresa, nella lettura di Rullani, non produce più da sola, ma diventa il luogo del governo di una rete cognitiva estesa, e da insieme di poteri e di procedure si trasforma in una *learning organization*, in un insieme di processi retti da competenze.

Vediamo quali sono le contraddizioni che Rullani intravede in questo modello produttivo, e quali, invece, le contraddizioni che la sua analisi implica ma che egli non sviluppa. La prima contraddizione è tra velocità di diffusione della conoscenza (che ne accresce il valore) e velocità della sua socializzazione (che ne abbatte i costi, e quindi i profitti estraibili): le imprese devono velocizzare la diffusione rallentando la socializzazione al medesimo tempo. La conoscenza, da una parte, aumenta il proprio valore con la sua diffusione, ma dall'altro la sua disponibilità e applicabilità per un numero crescente di soggetti ne fa diminuire i prezzi di mercato. Le imprese si trovano quindi strette nella contraddizione tra diffusione e socializzazione della conoscenza, dovendo cercare di accrescerne la diffusione evitandone la socializzazione, attraverso l'irrigidimento delle barriere che governano i regimi della proprietà intellettuale. Questa è una contraddizione che più che sulla singola impresa (orientata certamente alla diffusione, ma non alla socializza-

zione), ricade sul sistema economico in generale: una conoscenza la cui circolazione e riproducibilità viene eccessivamente ristretta non può valorizzarsi attraverso i riusi che ne fanno utilizzatori e consumatori.

La seconda contraddizione individuata da Rullani discende dalle anomalie della "merce" conoscenza rispetto al concetto di merce. Diversamente dai fattori produttivi tradizionali, essa: non è scarsa, perché la sua natura virtuale rende gli usi di soggetti diversi non rivali, non concorrenti tra loro; non è divisibile, perché i costi della sua creazione sono temporalmente e spazialmente dispersi e ciò rende imperfetta, come abbiamo visto prima, la corrispondenza tra costi e ricavi; non è escludibile, perché è difficile impedire che altri, che non hanno partecipato alla sua produzione, ne usufruiscano mediante copia, imitazione o attraverso l'apprendimento; non è un bene strumentale, perché agisce anche sulla costituzione delle finalità e delle identità degli attori.

Come si fa, in un contesto economico sempre più incentrato su un fattore produttivo lontano dalla forma-merce, a riprodurre il sistema di accumulazione di capitale? Ciò che le imprese fanno è ricondurre artificialmente alla struttura di merce ciò che non lo è: la conoscenza viene resa artificialmente scarsa, divisibile ed escludibile (attraverso i brevetti e gli altri istituti che regolamentano il diritto di proprietà intellettuale), il che può avvenire solo in un regime di monopolio o quasi monopolio, in cui il prezzo è guidato dal valore utile e non dal costo. Artificialmente significa che è solo un determinato sistema istituzionale a poter assimilare questa risorsa alle caratteristiche di una merce tradizionale mentre essa, in se stessa, ne è lontana.

Queste due, dunque, sono per Rullani le contraddizioni fondamentali di un'economia basata sulla conoscenza: quella tra la sua diffusione e la sua socializzazione, e quella tra le anomalie della merce-conoscenza e la conseguente necessità di ricondurla artificialmente alle caratteristiche proprie delle merci tradizionali per poterne estrarre un profitto.

Ma ci sono anche, come dicevamo, contraddizioni e tensioni interne che Rullani (come gli autori vicini al suo orientamento) non tematizza, e che sono implicate nel suo stesso tentativo di analizzare la generazione del valore nell'economia

della conoscenza. È particolarmente interessante cercare di cogliere questi nodi irrisolti, per mettere a fuoco i problemi di cui si occupa questo libro.

Rullani individua tre elementi alla base del valore generato da una nuova conoscenza. Il valore v , che indica il valore complessivo che essa genera, ed è una somma dell'utilità ottenuta dai suoi utilizzatori (siano produttori di beni e servizi o consumatori finali) e l'utilità conseguita da chi partecipa alla sua produzione e propagazione (lavoratori, imprenditori, artisti, ricercatori; chiunque, cioè, ne tragga una gratificazione estetica, cognitiva o emotiva). Questo valore non è riconducibile a un valore monetario, è invece un indice del grado di soddisfazione, divertimento, interesse provato da chi "consuma" la conoscenza lavorandoci o usufruendone; l'indice di diffusione n , che misura il numero di reimpieghi della nuova conoscenza, l'ampiezza della sua propagazione; e p , che misura la quota di valore distribuito a ciascun soggetto della filiera attraverso il modo di regolazione istituzionale impiegato. Il valore generato attraverso questi tre elementi è dunque una somma del valore monetario prodotto dalla filiera che partecipa alla produzione e propagazione della conoscenza, e delle "rendite psicologiche" conseguite da consumatori, produttori o propagatori. Arriviamo alla contraddizione interna al modello di Rullani: quando si dice che all'interno di una catena di generazione del valore vi sia da considerare sia il valore economico conseguito da attori economici privati (le imprese), sia il "godimento" immateriale di tutti i soggetti che utilizzano una particolare merce, e che il compito dei decisori politici ed economici è quello di incrementare entrambi gli elementi che costituiscono il valore v , si presuppone che anche gli aspetti immateriali, cognitivi, emotivi, relazionali, del valore ottenuto dagli individui che utilizzano quella conoscenza vadano reinseriti nel ciclo di accumulazione del capitale. Si presuppone che costituiscano, cioè, una riserva di valore monetario potenziale che gli attori economici devono saper raccogliere, reinserire nel ciclo produttivo e trasformare in valore monetario reale. In questo caso, inserire il "lavoro" dei consumatori e degli utilizzatori nella catena del valore, il loro impiego di energie e emotive e intellettuali nella conoscenza e nelle sue applicazioni tecniche, la loro capacità di adattare ai diversi contesti, significa implicare l'as-

sorbimento di ambiti vitali, saperi taciti e territori nel processo di accumulazione di capitale.

La capacità creativa, i meccanismi di costituzione dell'identità e delle finalità degli individui (risorse impiegate, secondo Rullani, dagli attori che utilizzano beni a forte contenuto cognitivo) sono considerati energia da irradiare nel ciclo produzione-consumo per innovarlo e per ampliarne la capacità di riproduzione. Considerare "valore" entrambi i poli di questa dualità presuppone che le anomalie della merce-conoscenza siano così difficilmente riscrivibili nei confini della forma-merce?, che i modi della sua valorizzazione producono una tale tensione all'interno del sistema di produzione da non poter essere contenuti nelle forme di regolazione proprie del mercato? Che accanto a queste forme se ne sviluppino o se ne debbano sviluppare altre, diverse? O che le seconde siano comunque destinate a crescere, perché più adatte a gestire le transazioni in un'economia di filiera, e quindi a mettere in crisi le prime?

Dire che la politica economica auspicabile è quella che sappia incrementare, oltre che il valore monetario ottenuto dagli attori economici, il valore immateriale, la "rendita psicologica" degli individui, implica l'esistenza di un'economia sociale, post-capitalistica, in cui ciò che importa è la produzione di valore (monetario e non) per la società nel suo insieme, e non per la singola impresa.

Rullani e molta parte della letteratura sull'economia cognitiva rimangono davanti a questo bivio. Questa contraddizione non segnala tanto o solo una impasse teorica della sua elaborazione, ma il fatto che questa sia la contraddizione fondamentale dell'attuale sistema di produzione. Nell'equazione della generazione del valore è contenuta la dialettica tra la sussunzione sempre maggiore di energie individuali e sociali all'accumulazione di capitale e la socializzazione del principale fattore produttivo (la conoscenza), che comporta, a sua volta, il primato dell'agire cooperativo sull'agire competitivo.

Abbiamo preso il lavoro di Rullani a esempio di un intero approccio teorico sull'economia della conoscenza. Ciò è giustificato dal fatto che l'insieme di processi e di contraddizioni che abbiamo descritto è messo in luce in termini analoghi da un numero piuttosto ampio di autori. Alcuni di essi sfiorano, talvolta, la rappresentazione tecno-utopistica dei fenomeni di cui

ci stiamo occupando¹. Il nodo teorico centrale è la crescente incorporazione tra impresa e società, dal punto di vista delle forme di produzione (un'economia in rete in cui l'impresa divenga sempre più capace di trarre valore da processi che avvengono all'esterno della produzione e dello scambio di mercato) e dal punto di vista organizzativo (una tendenziale mimesi tra organizzazione aziendale e forme spontanee delle relazioni che hanno luogo in rete). Le imprese, nella prospettiva di questi autori, dovrebbero alleggerirsi e abbandonare eccessi centralizzatori e gerarchici, rinunciare in parte al possesso delle conoscenze e alla *leadership* di processo, intercettando queste risorse in una rete caratterizzata dalla cooperazione paritaria tra individui che lavorano a progetti comuni (Tapscott e Williams 2010). Il web 2.0 sarebbe la piattaforma ideale per una trasformazione della quale non mancano esempi concreti.

Economia della conoscenza ed economia della gratuità

Una posizione paradigmatica di un orientamento teorico parzialmente alternativo a quello finora considerato è quella di Gorz (2003). L'analisi di Gorz presenta diversi punti in comune con quella di Rullani, ma si spinge più in là; prende, cioè, una delle due strade del bivio: secondo il sociologo francese il capitalismo cognitivo rappresenta il punto di crisi del modo di produzione capitalistico. La natura del lavoro cognitivo e il tipo di prestazione richiesta mettono in crisi la misurabilità del lavoro come fonte della ricchezza, e quindi la forma salario. Ma anche il capitale si smaterializza ed è sempre più difficilmente misurabile: il valore dei prodotti è sostanziato dalla loro capacità di creare simboli identificanti, il capitale fisso e il lavoro vengono sempre più spesso affittati, la produzione e le funzioni medie vengono esternalizzate. "Usare le cose, non possederle" è il motto dei sistemi di produzione avanzata: negli Stati Uniti un terzo delle macchine, degli impianti e dei mezzi di trasporto è in locazione; un terzo delle industrie ha esternalizzato più della metà della produzione, il lavoro e il capitale fisso materiale sono svalutati e spesso ignorati dalla Borsa, mentre il capitale immateriale è valutato con corsi senza base misurabile. La crisi di misurabilità del lavoro conduce alla

¹ Si vedano Kelly (2009), Lesig (2005), Jenkins (2008) e Benkler (2007).

crisi di misurabilità del valore.

La conoscenza è un mezzo di produzione potenzialmente generalizzabile e gratuito (è facile riprodurla, copiarla, apprendere, imitarla, diffonderla) e ciò costringe i detentori di capitale ad arginarne le potenzialità di socializzazione accentrandola, costruendo nuove e immateriali barriere d'accesso. Ma ciò, come già per Rullani, conduce alla creazione di grandi monopoli e oligopoli e all'accrescimento del tasso di mortalità delle imprese che non riescono a competere con i grandi conglomerati.

Per quanto riguarda gli effetti sociali di questi processi, da una parte, si assiste all'impoverimento dei salariati, al declino dei ceti medi, al *burn out* che colpisce anche membri delle élite tecno-scientifiche: tutto ciò rende possibili nuove alleanze del lavoro contro le nuove forme di sfruttamento e precarizzazione. Dall'altra, la ricorsività dell'innovazione tecnologica distrugge quantità crescenti di lavoro sociale, riducendo così la circolazione di mezzi di pagamento (mentre aumenta la quantità di merci prodotte, sincronismo alla base di ogni crisi di sovrapproduzione, come di quella in atto) e del volume monetario, portando a una crisi generale del valore di scambio e del sistema delle equivalenze che regola gli scambi commerciali, a una diminuzione dei profitti e, infine, alla formazione di un'economia della gratuità e di forme di produzione fondate sulla reciprocità e la condivisione.

Ecco, questo è l'approdo di Gorz. La centralità della dimensione immateriale e cognitiva nei processi di accumulazione e creazione del valore che mette in crisi tanto la forma-salario quanto la forma-capitale, l'impoverimento di fasce crescenti di ceti produttivi che rende possibili nuove alleanze e nuovi conflitti, la potenziale crisi del valore di scambio generata dalla distruzione di lavoro sociale: tutto questo conduce a una crisi sistemica del capitalismo e alla formazione di un'economia basata sulla gratuità.

Non sfuggono, a Gorz, le strategie delle imprese per aggirare questi punti di crisi. Una di queste è il già citato perseguimento della rendita monopolistica, l'accentramento nelle grandi imprese della tecnologia, dell'informazione e della conoscenza (brevetti), che dà vita sia a una nuova divisione internazionale del lavoro "a macchia di leopardo" in cui questi *assets* sono con-

centrati in centri globali (spesso collocati nel nord del mondo) connessi tra loro, mentre i luoghi esterni a essi sono "sconnessi" dai flussi più importanti dell'economia globale, sia a imponenti, e mai verificatisi in queste dimensioni, processi di fusioni e acquisizioni aziendali, da cui nascono immense conglomerate che innalzano oltremodo le barriere di accesso al mercato.

Una seconda strategia capitalistica è quella della trasformazione di beni accessibili a tutti in ricchezze artificiali, scarse e mercantili: la privatizzazione dei "beni comuni", dell'istruzione, della sanità, dell'acqua, della cultura, dei saperi taciti sedimentati nei territori. Beni comuni che tendono a essere trasformati, dalle grandi imprese e dalle istituzioni internazionali, in "merci globali".

Una terza strategia è quella della "smaterializzazione", dell'alleggerimento del capitale, del suo disimpegno dalla produzione di merci materiali che impiegando sempre meno lavoro danno sempre meno profitti: come già sosteneva Rifkin (2001), in prospettiva non sarà più venduto il possesso di una merce, bensì l'accesso a essa attraverso il meccanismo del *leasing*; gli acquirenti di merci tendono a diventare utenti di servizi, perché sono le stesse merci che, più che come "cose", hanno valore in quanto vettori di servizi, e la ditta garantisce il valore d'uso e la manutenzione dei prodotti dati in locazione restando così in rapporto permanente con i propri clienti.

Ma queste tre strategie incontrano troppe resistenze e conflitti, da parte di lavoratori, movimenti sociali, comunità locali, e non riescono ad arginare la tendenza alla socializzazione di una risorsa anomala come la conoscenza, né la diffusione di strutture organizzative incentrate sulla cooperazione che la sua produzione e diffusione rendono necessarie.

Se dunque Gorz prende in grande considerazione il fatto che il capitalismo abbia proprio nei momenti di crisi strutturali una delle architravi della propria capacità rigenerativa, ritiene, tuttavia, che il capitalismo cognitivo ne ponga irrimediabilmente in crisi le basi e le condizioni di riproducibilità. È come se il modo di produzione incentrato sulla forma-merce fosse eroso dall'interno dalla necessità di incorporare dentro di sé dispositivi, forme organizzative, pratiche e valori (come la cooperazione, la fiducia interpersonale) e forme di re-

golazione che lo allontanano progressivamente dalla forma del rapporto sociale su cui si edifica, e fanno crescere al suo interno una nuova economia, basata sulla gratuità, sul lavoro volontario, sulla cooperazione.

L'unica via che gli attori economici hanno di aggirare questa erosione interna è quella di una fuoriuscita "da destra" dal sistema capitalistico: Gorz delinea alla fine del suo libro la distopia di un sistema fascista, di un *apartheid* globale ipertecnologico e neofeudale in cui il potere anche politico è accentrato dalle multinazionali, che governano la stessa produzione della vita attraverso tecnologie che ne consentono la riproduzione artificiale, e funzionale a creare "in laboratorio" quell'umanità e quell'intelligenza collettiva, quella soggettività eterodiretta utile alle esigenze della produzione e del consumo.

Ciò che risulta dall'esposizione di questi due modelli analitici è la presenza di tensioni interne, di contraddizioni forti nell'attuale fase dello sviluppo capitalistico. La contraddizione tra il fattore produttivo conoscenza, la forma-salario e il valore di scambio. Quella che nasce dal conflitto tra le forme che la conoscenza sviluppa nella produzione e nell'utilizzo da parte degli individui (la produzione di soggettività, l'impiego di creatività, l'autorealizzazione, la costruzione di simboli, identità e finalità, il tendenziale superamento di rapporti gerarchici in favore di rapporti di scambio cooperativo), e gli ostacoli che a questi sviluppi vengono posti dalle imprese per estrarne un profitto. Autori come Lessig, Jenkins e Benkler sono ancora più espliciti di Rullani nel ritenere che la soluzione alle tensioni interne del paradigma risieda nell'accrescimento della capacità del capitale privato di ricondurre a sé il capitale sociale e il capitale culturale che circolano al di fuori dell'economia formale. Gorz, come gli autori riconducibili all'area del post-operaiismo (cfr. Vercellone 2009, Marazzi 2005), ritiene invece che la merce-anomala-conoscenza e le pratiche di cooperazione essenziali alla sua valorizzazione costituiscano un meccanismo internamente erosivo del capitalismo. I due orientamenti condividono in gran parte l'analisi dei meccanismi fondamentali del capitalismo cognitivo. La contraddizione centrale presente in queste interpretazioni è che mentre si asseriscono la centralità della cooperazione gratuita e della condivisione e la perdita di importanza della proprietà e del comando, si evidenziano inediti

processi di fusione e acquisizione, la nascita di conglomerati che innalzano le barriere di accesso al mercato, l'esistenza di furenti «guerre» per il comando nell'industria culturale, la costante trasformazione in valore di scambio di processi sociali e comportamenti individuali, la diffusione del "capitalismo proprietario" a un numero crescente di attori sociali. Una contraddizione, questa, che, più che essere solo di natura teorica, è costitutiva dello stesso paradigma produttivo contemporaneo.

Il lavoro cognitivo

Secondo una tesi diffusa le caratteristiche delle imprese ad alto contenuto di conoscenza si sono irradiate su tutta la produzione sociale, e sono valide sia per i lavoratori della Silicon Valley sia per quelli dei supermercati. I dipendenti di una grande catena commerciale come Wal-Mart, per esempio, assunti con contratti di lavoro temporanei e percepenti salari che spesso non gli consentono di oltrepassare la soglia della povertà, ricevono quotidiane pressioni affinché dimostrino una fedeltà assoluta all'azienda, sono costretti a continue riunioni con i responsabili di area, sono incentivati a denunciare le trasgressioni dei colleghi al "decalogo aziendale". Ma, soprattutto, si richiede loro di fornire costantemente idee per migliorare l'organizzazione del servizio e le tecniche di fidelizzazione della clientela. Il lavoratore Wal-Mart è precario e mal retribuito, ma se vuole mantenere il posto di lavoro deve essere creativo (Ehrenrich, 2002). La creatività diventa così un imperativo categorico anche nei templi del lavoro dequalificato come le catene di distribuzione, laboratori dei cosiddetti "Mcjobs".

In questo contesto, ogni lavoratore è spinto a una forzosa differenziazione di sé, e dal fatto che l'affermazione della propria "irripetibilità" sia legata al mantenimento del posto di lavoro discende una pratica ipercompetitiva nei confronti dei colleghi. Il meccanismo di spinta alla differenziazione che agisce sul lavoratore è speculare a quello incorporato nelle tipologie di consumo postmoderne. Il *brand*, la marca, il logo hanno, proprio nell'apparentemente libero manifestarsi del desiderio e nell'aspirazione a una libertà illimitata del consumatore che ha il "privilegio" di entrare nell'universo simbolico esclusivo che

essi rappresentano, la fonte della propria redditività (Priulla, 2003). La differenziazione di sé perseguita dal consumatore viene cioè ricondotta a statuti del desiderio standardizzati, strumentali, codificati e riproducibili, su cui però i soggetti proiettano aspirazioni, frammenti di soggettività, figure di sé. Le dinamiche psichiche e culturali sollecitate nel momento della produzione sono le stesse di quelle valorizzate dal consumo: differenziazione, uniformazione dei valori culturali e dei comportamenti (è sempre l'impresa il referente della creatività al lavoro, come è essa che necessita di legare il proprio marchio a determinati codici valoriali), individualismo competitivo. Il sistema dei consumi e l'universo culturale mobilitato dal logo e dalla pubblicità non possano essere analizzati separatamente dalle forme di produzione, perché essi sono reciprocamente funzionali.

L'insieme di differenziazione creativa, standardizzazione e individualismo infatti può essere all'origine di forme di passività, dipendenza e sottomissione persino superiori a quelle che colpivano l'operaio di fabbrica del periodo fordista (Kunda, 2000). Ad esso veniva richiesta sul lavoro una semplice prestazione "muscolare" che non coinvolgeva, se non in misura limitata, le sue facoltà intellettuali. Per semplificare, l'azienda comprava la sua generica forza-lavoro ma non la sua generica facoltà di pensare. Quando invece è quest'ultima a essere messa al lavoro, è la persona nella sua totalità che viene immessa nella forma di lavoro salariato, e più è accentuata la tendenza a trasformare in capitale le specifiche peculiarità individuali, le abilità relazionali e cooperative del singolo e le sue conoscenze culturali, più si dischiude per l'impresa la possibilità di forgiare la stessa disciplina mentale del lavoratore dipendente.

Questo è vero a maggior ragione quando la comune (non solo ai lavoratori dequalificati, ma per altri versi anche a ingegneri, creativi, professionisti, ecc.) condizione lavorativa è quella della precarietà, che favorisce la ricattabilità, la sottomissione, la dipendenza del singolo, e quando il processo di differenziazione è legato a strutture organizzative, a pratiche, a valori uniformanti: è vero che il lavoratore deve fornire idee su alcuni aspetti organizzativi, ma fino a dove arriva la sua "libertà" nel suggerire questa o quella idea? E soprattutto dove sono, quali sono i referenti culturali di quel processo creativo,

da quale riserva si attingono i parametri per determinare se un'idea è giusta o sbagliata, buona o cattiva? Nel momento in cui gli unici parametri davvero effettivi di giudizio sono quelli della produttività e della redditività, c'è da dubitare sulla libertà di un processo creativo per contratto sottomesso a tali parametri. In questo contesto il lavoro salariato corre il rischio di assumere caratteristiche proprie del lavoro servile.

Lavoro produttivo e improduttivo

Marx definiva improduttivo il lavoro per cui non si investe capitale, ma si spende un reddito, e che di conseguenza non produce plusvalore: "Poiché il fine immediato e lo specifico prodotto della produzione capitalistica è il plusvalore, in essa è produttivo soltanto quel lavoro – e produttivo soltanto quell'erogatore di forza-lavoro – che produce direttamente plusvalore; quindi, soltanto il lavoro consumato direttamente nel processo di produzione per valorizzare il capitale"².

I lavori improduttivi, invece, sono "lavori di cui si fruisce in quanto servizi e che, pur potendo essere sfruttati direttamente in modo capitalistico, non si trasformano in prodotti separabili dai lavoratori e quindi esistenti fuori di essi come merci autonome"³. Oltre che per il fatto di essere scambiato con denaro invece che con capitale, il lavoro improduttivo si distingue da quello produttivo anche perché la persona e il prodotto della sua opera non sono separabili, proprio perché, non essendo funzionale all'autovalorizzazione del capitale, il prodotto non si trasforma in merce, ma ha il carattere del servizio.

Secondo Virno (2002), il lavoro improduttivo ha caratteristiche simili sia al lavoro servile sia all'esecuzione virtuosistica. Al lavoro servile l'accomuna il fatto che per esso si spenda un reddito e non si investa un capitale. Esso ha inoltre la caratteristica di non oggettivarsi in opere ma di essere, appunto, un servizio. Le attività "virtuosistiche", invece, sono quelle in cui per definizione persona e atto del produrre sono inseparabili, e sono caratterizzate dall'aver in sé stesse il proprio compimento e dall'esigere la presenza altrui: l'attività di un attore, un medico, un insegnante, un prete, ecc. Lavoro servile ed esecuzione virtuosistica condividono, quindi, l'assenza di opera,

² K. Marx, *Il Capitale*, Libro I, cap. VI, p. 61 - Milano, Etas, 2002.

³ Marx, *ib.*, p. 67

anche se, a differenza del lavoro servile, l'esecuzione virtuosistica può divenire lavoro produttivo, nel caso in cui sia effettuata alle dipendenze di un'impresa capitalistica. Vediamo il sillogismo che Virno ricava da questo insieme di analogie: lavoro improduttivo e lavoro servile hanno in comune una qualità fondamentale (non producono plusvalore); lavoro servile ed esecuzione virtuosistica hanno a loro volta tratti comuni; tra lavoro improduttivo ed esecuzione virtuosistica vi sono delle analogie (lavoratore e prodotto non sono separabili).

Ritroviamo nel risultato di questo sillogismo lo stesso bivio e la stessa contraddizione incontrati parlando di economia della conoscenza: nel momento in cui molte attività lavorative assumono la forma della prestazione virtuosistica, perché non producono opera (lavoro "immateriale") ed esigono la presenza altrui e la relazione cooperativa con l'altro, possono acquisire caratteri affini sia al lavoro servile sia al lavoro improduttivo. Nel primo caso, il rapporto di lavoro salariato acquisisce i caratteri della dipendenza personale, nel secondo l'espansione della socializzazione del processo lavorativo e l'inseparabilità tra lavoratore e prodotto rendono difficile la riproduzione del rapporto di capitale, e quindi l'estrazione di plusvalore dal lavoro.

Se l'attività creativa del commesso Wal-Mart è di continuo sottoposta al monitoraggio del "responsabile d'area", che ne valuta la redditività e in base ad essa ne decide la riconferma contrattuale, il rapporto di lavoro non è lontano dalla dipendenza personale, e il "virtuosismo" regredisce a "lavoro servile". Ma a prendere le sembianze del lavoro servile, secondo Virno, è lo stesso lavoro produttivo di plusvalore: quando il prodotto è inseparabile dall'atto del produrre, questo atto chiama in causa la persona che lo compie e, soprattutto, il rapporto tra essa e colui che lo ha ordinato o a cui è rivolto. È questa una delle caratteristiche fondamentali del lavoro cognitivo: attività e processi di cui Marx diceva che "a fronte dell'insieme della produzione capitalistica, sono tanto insignificanti da poter essere trascurati"⁴, diventano salienti; e alcuni aspetti di forme di lavoro precapitalistiche vengono messi al centro della produzione capitalistica.

L'affievolimento dei confini tra lavoro manuale e lavoro intellettuale fa sì che la prestazione lavorativa e la persona del lavoratore siano sempre meno distinguibili: è tutta la persona

⁴ Marx, *ib.*, p. 71

che mette in opera la prestazione, ed è essa nella sua interezza che viene sottoposta al rapporto di lavoro. Inoltre l'accentuazione della componente individuale, emotiva e intellettuale, nel processo di lavoro fa sì che il lavoratore percepisca il proprio successo o insuccesso e la propria posizione nella gerarchia sociale come il risultato della propria abilità o inabilità. Il destino personale viene quindi messo in relazione esclusivamente a se stessi e non al generale funzionamento del mercato, e questo induce sensi di colpa, frustrazione, scarsa propensione all'azione collettiva; induce cioè, una "interiorizzazione del conflitto". Induce, anche, l'"orizzontalizzazione" del conflitto, che è meno indirizzato all'impresa che non ai colleghi, ai compagni di reparto, o ai *competitors* di altri reparti.

Conoscenza e produzione

Tutti gli elementi che vengono spesso dati per scontati nella definizione del «lavoro immateriale della conoscenza» sono dunque controversi. In primo luogo, presentano tratti ambivalenti gli stessi elementi portanti – conoscenza, creatività, cooperazione – cui viene attribuita la rottura costituita dal lavoro cognitivo rispetto al lavoro fordista. Bellucci (2004), occupandosi delle abilità conoscitive richieste alla nuova forza-lavoro, ha parlato di taylorismo digitale: il lavoro cognitivo solo di rado sarebbe realmente più autonomo, auto-organizzato, variegato e creativo del lavoro fordista; il lavoro consiste spesso nel trasferimento della memoria, della mente e dell'identità umana nelle macchine (nei computer e nel web); i media digitali implicano livelli di attenzione, elaborazione e profondità inferiori ai processi implicati dal tradizionale pensiero alfabetico, favorendo una prassi conoscitiva incentrata sull'assunzione immediata di decisioni. Elemento specifico del lavoro cognitivo è una serie di competenze e metacompetenze di natura, più che creativa e astratta, applicativa e situata, cioè legata, a situazioni, tecnologie e processi di lavoro specifici e concreti. Si tratta di capacità professionali e competenze contestuali: abilità tecniche, di mestiere, metodologiche, organizzative, relazionali, strategiche, comunicative, emozionali. Solo il 30% del lavoro cognitivo è costituito da "pensatori originali", mentre la parte

restante si dedica all'integrazione di conoscenze già disponibili (Butera, 2008).

È problematico, allora, parlare semplicemente di «conoscenza e creatività». Entrambe, in generale, sono legate all'astrazione e alla generalità, al fatto che linguaggi e processi di apprendimento ed elaborazione non siano determinati a priori ed eccessivamente vincolati a specifiche finalità pratiche. Le finalità dei processi di produzione contemporanei, invece, non sono naturalmente nella disponibilità del lavoratore, essendo poste dalla proprietà e dal *management* dell'impresa e riconducibili a una produzione di merci, materiali o immateriali, che nel capitalismo cognitivo – e in mercati sempre più saturi – ha come obiettivo principale l'immissione di emozioni e sentimenti (dei consumatori e dei lavoratori) nel circolo produzione-consumo-produzione. Se si vuole parlare di creatività si deve almeno aggiungere che si tratta di una creatività a sovranità limitata, vincolata a forme e processi che garantiscano la produzione incessante di novità e la capacità di studiare, anticipare e co-determinare bisogni e desideri dei lavoratori e dei consumatori.

Osservazioni critiche sono state mosse anche alla relazione tra lavoro cognitivo, incremento dell'autonomia e intensificazione della cooperazione. Ci sono pochi dubbi sul fatto che le imprese – soprattutto nei settori più innovativi – tendano attualmente a incentivare la costruzione di pseudo-comunità interne sostenute da «discorsi del *management*» tesi a elaborare senso di appartenenza, identità e dedizione allo scopo, e introducendo a questo fine schemi retorici e innovazioni di processo che insistono sul binomio libertà-cooperazione. In questo senso, come hanno sostenuto tra gli altri Kunda (2000) e Boltanski e Chiapello (1999), la contemporanea ideologia di impresa assume e rende funzionale una parte delle critiche alla gerarchia aziendale e all'estraneezza del lavoro sviluppate dai conflitti degli anni Sessanta e Settanta. È in questo senso che l'organizzazione del lavoro e il ruolo dei singoli al suo interno divengono oggetto di una crescente manutenzione – pratica e discorsiva – basata sulla moltiplicazione di processi di comunicazione interna che insegnano a gestire e motivare se stessi e il gruppo di lavoro, a modulare cooperazione e competizione, a lavorare sui rapporti tra il personale e sulla relazione con utenti e

clienti. All'interno delle organizzazioni però l'insieme di queste pratiche, lungi dal determinare forme di autorganizzazione del lavoro, conduce a incentivare la natura di puro mezzo delle relazioni sociali, piegandole all'obiettivo funzionale della *performance*, al monitoraggio e alla fidelizzazione del cliente, all'amplificazione della capacità dell'impresa di intercettare e co-determinare gusti, desideri e bisogni dei destinatari di servizi e prodotti. A ciò va aggiunto che questo lavoro di *team* suppostamente creativi e auto-organizzati è sottoposto a forme crescenti di monitoraggio, valutazione e selezione da parte delle imprese, al fine di incentivare competizione interna e mobilità. Come la creatività, anche la «comunità» è a sovranità limitata.

Se si passa ad analizzare il segmento dei cosiddetti capitalisti personali o lavoratori indipendenti (partite Iva, professionisti, titolari di microimprese, ecc.), non si può dire che la cooperazione ne sia un tratto caratterizzante. La loro attività vive anche certamente della capacità di costruire *network* e forme di condivisione e di scambio, che però, più che assumere la forma di una cooperazione basata sulla gratuità, vengono ricondotte alla funzione di mezzo strumentale alla propria autovalorizzazione e al proprio posizionamento sul mercato. Il lavoro indipendente è connotato da forti spinte individualizzanti, all'idea dell'essere padroni di sé stessi e del "fare da sé", che ne pregiudica non poco quella capacità di azione collettiva che sarebbe la condizione del dispiegamento reale delle potenzialità di autonomia contenute in queste forme di lavoro. Gli obiettivi – e quindi in una certa misura forme e tempi della prestazione lavorativa e vincoli all'uso della creatività e all'elaborazione di conoscenza – sono inoltre posti dalle imprese non meno di quanto avviene per i "professionisti nelle organizzazioni".

Per tutte le riflessioni svolte fin qui, si può affermare che il "capitalismo cognitivo" non produce, di per sé, alcun miglioramento delle condizioni di lavoro. Spesso le peggiora. Tuttavia questi mutamenti aprono degli spazi e delle ambivalenze su cui è possibile agire. Come è sempre avvenuto nella storia del rapporto tra capitale e lavoro, le possibilità che il rapporto di produzione si modifichi in una direzione favorevole al lavoro risiedono soltanto nella capacità di coalizione, di conflitto e nella forza negoziale di quest'ultimo. Tali elementi non si sviluppano spontaneamente, né all'interno del solo rapporto di

lavoro, ma anche grazie al sostegno di dinamiche (politiche, culturali, organizzative) e di attori esterni al processo produttivo, come dimostra la storia del movimento operaio.

Da questa convinzione nasce questo libro.

Questo libro

Il libro ha l'obiettivo di approfondire i nodi e le questioni aperte toccate in questa introduzione, sia da un punto di vista teorico sia guardandole alla luce delle esperienze e delle rivendicazioni dei lavoratori "cognitivi" che si sono mobilitati in questi anni.

Il fatto che le «promesse» della società della conoscenza possano almeno in parte essere sviluppate, dipende dalla forza, dalle capacità coalizionali e dalla capacità conflittuale del lavoro. Questo libro nasce da un confronto a cui la Flc Cgil di Milano ha voluto chiamare alcuni tra coloro che in questi anni hanno maggiormente riflettuto sul capitalismo cognitivo, ed esponenti di realtà sindacali e di realtà organizzate del "preariato culturale".

Il confronto è, in primo luogo, teorico, tra orientamenti non del tutto sovrapponibili e in parte divergenti, come quelli di Formenti, Armano, Bellucci e Sinopoli ospitati nella prima parte del libro. I contributi di Formenti e Bellucci si concentrano soprattutto sulla discontinuità dell'economia della conoscenza rispetto a fasi precedenti dello sviluppo capitalistico, sulle forme di tale discontinuità, sulle contraddizioni che essa solleva e su come l'azione collettiva dei lavoratori possa tornare a essere, nelle nuove condizioni, un fattore di trasformazione sociale. Gli interventi di Armano e Sinopoli si occupano delle trasformazioni che hanno toccato la prestazione lavorativa, le condizioni del lavoro e le identità legate alla professione. Ragionando sui risultati di una ricerca empirica, nel caso di Armano, e sulle mutate condizioni giuridiche del lavoro, nel caso di Sinopoli.

La seconda parte ospita i contributi di realtà sindacali (la Camera del Lavoro di Milano) o nate su iniziativa sindacale (la Consulta dei lavoratori professionali), e di esperienze di associazione, coalizione e mobilitazione nate nei settori dell'eco-

nomia della conoscenza. A queste esperienze e organizzazioni è stato chiesto di esporre le rivendicazioni, le esigenze e i bisogni che sono nati nei rispettivi ambiti di interventi e di azione. In particolare, sono presenti l'esperienza e l'elaborazione delle mobilitazioni universitarie (Giuseppe Allegri), degli Stati generali della precarietà (Andrea Fumagalli), della Rete dei redattori precari, dei lavoratori del teatro e dello spettacolo (C.Re.S.Co.) e del mondo della pubblicità, visto attraverso la lente specifica di chi si trova senza occupazione dopo i 40 anni (Dilva Giannelli di Atdla). Cristina Tajani illustra la situazione della "nuova economia" in una città importante come Milano.

Pur partendo da sè, cioè dalle concrete esperienze di lavoro e di mobilitazione del proprio ambito specifico, nessuno di questi interventi si limita a parlare di sè: sviluppa invece, a partire dalla propria prospettiva, ragionamenti più complessivi sui temi al centro del libro.

Sullo sfondo, il nodo centrale di questo confronto è: quali forme dell'organizzazione collettiva dei lavoratori nell'economia della conoscenza? E, in quest'ambito, quale relazione tra un grande sindacato tradizionale come la Cgil e le realtà autonome del precariato organizzato? È noto che questa relazione è stata non di rado, finora, polemica. La possibilità di realizzare un libro come questo deriva anche dal fatto che entrambi i protagonisti della polemica si rendono conto che nessuno può più ritenersi autosufficiente.