

Il nuovo lavoro

La fabbrica del valore

di Maurizio Ferraris

Che tu possa vivere tempi interessanti", recitava la Biennale Arte 2019. Nei due anni successivi l'auspicio si è realizzato molto al di là delle speranze e, ne sono certo, delle intenzioni del curatore Ralph Rugoff. La mostra non aveva chiuso i battenti che nella remota e ai più ignota metropoli cinese di Wuhan incominciava a circolare un virus che ha cambiato tutto, accelerando processi che altrimenti avrebbero chiesto anni, e che hanno investito prima di tutto il lavoro.

Non più circoscritto in tempi e luoghi determinati (ecco il significato non necessariamente smart dello smart working), il lavoro subisce una disseminazione: è ovunque e in nessun luogo. Non c'è momento della nostra vita in cui non ci può venir chiesta una prestazione lavorativa ma, al tempo stesso, non c'è prestazione lavorativa, o quasi, che non sia conciliabile con la nostra vita sociale. Ma la disseminazione non è che la punta emersa dell'iceberg, che consiste in una automazione crescente. Le piattaforme si arricchiscono in superficie perché offrono servizi, ma in profondità perché accrescono l'intelligenza artificiale, che non è una mente diabolica, bensì la registrazione delle forme di vita umana, delle nostre astuzie, delle nostre stupidaggini, delle nostre pulsioni e ambizioni, delle nostre curiosità. E questo non tanto per scopi di previsione (non si è previsto quasi niente della pandemia) bensì di automazione. Automatizzare significa abilitare una macchina a comportarsi come un umano, a simularne i gesti e gli interessi, ed è proprio questa la gigantesca ricchezza, l'immane potere di automazione che costituisce il *core business* delle piattaforme. Se vogliamo evitare che gli umani lottino inconsapevolmente per la loro disoccupazione alimentando l'intelligenza artificiale, è necessaria una riconcettualizzazione del lavoro. Bisogna in altri termini riconoscere che la nostra

mobilizzazione sul web è il capitale fondamentale della nostra epoca, e che se le piattaforme realizzano vantaggi così strepitosi è semplicemente perché sono fabbriche che dispongono di un numero immenso di operai non retribuiti. Sarebbe assurdo che gli operai si lamentassero di una qualche alienazione di sorta, visto che l'accesso al web è volontario e soddisfa dei bisogni. Ma occorre non dimenticare che senza quei bisogni le piattaforme morirebbero nello spazio di un mattino.

Questa riconcettualizzazione conduce a una trasvalutazione. Il progresso dell'automazione ci insegna che, in tempi non si sa quanto lunghi, ma certi, l'umano potrà essere sostituito dagli automi in ogni attività produttiva, lasciandosi dietro le spalle il mito dell'*homo faber*. Non più appendice della macchina, l'umano avrà valore in quanto umano, ossia anzitutto in quanto portatore di bisogni (ciò che una macchina non avrà mai), di scopi (la macchina va anche su Marte, ma solo se glielo chiediamo noi) e di valori (siamo noi a decidere se una macchina serve o no).

La tassazione delle piattaforme proposta dal presidente Biden ha evidenti obiettivi geopolitici: raccogliere l'Occidente sotto un welfare comune rispondendo alla Cina, che ha nazionalizzato le piattaforme, accrescendo la propria potenza e il benessere dei suoi cittadini, ma azzerando le libertà individuali. Ma la contingenza politica non deve farci dimenticare l'evento epocale: non più interessante né utile come produttore di beni, l'umanità trova una diversa centralità come produttrice di valori. È di lì che deve prendere le mosse ogni nostra riflessione sul futuro, per governare un cambiamento che, per quanto generato dall'automazione, non ha in sé nulla di automatico e richiede politica e riflessione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

