

Piattaforme di lavoro (e di lotta)

Riccardo Staglianò

1. Prologo

I rider sono i più fotogenici. Pedalano, sotto al sole africano o la grandine assassina, nelle nostre città, con un macigno sulla schiena. Sono la miglior approssimazione moderna del mito di Sisifo: una gran fatica che eternamente si rinnova, per una manciata di euro. Sono i più fotogenici ma non sono i soli. Ci sono gli autisti di Uber (in Italia molti meno che altrove perché un giudice ha dichiarato illegale la loro versione più popolare), gli affittacamere di Airbnb (siamo il terzo mercato al mondo), gli spicciafaccende di Taskrabbit, che vengono a montare i mobili Ikea a chi non ha familiarità con le brugole. E così via. La caratteristica che li tiene insieme è che sono tutti, che se ne rendano conto o meno, lavoratori delle piattaforme. Nel senso che la domanda e l'offerta della loro prestazione si incontrano su una piattaforma digitale. Una volta ogni tanto o anche più volte al giorno. Ed è sempre l'algoritmo che intasca i soldi (da cui preleva una commissione), garantisce che il servizio sia fornito a regola d'arte e infine lo valuta, generalmente demandando il giudizio al cliente. Per il momento i lavoratori delle piattaforme sono una piccola parte del totale ma è importante occuparsene per tempo perché niente, in teoria, vieta che in un futuro prossimo medici, ingegneri, avvocati, giornalisti e quasi ogni altro mestiere possa essere erogato attraverso questa modalità. Volete un articolo di 15 mila battute sul *platform capitalism* e un accademico italiano chiede troppo? Magari un albanese, altrettanto titolato e con una padronanza della lingua

Riccardo Staglianò, Independent Scholar, Italy, r.stagliano@repubblica.it

Referee List (DOI 10.36253/fup_referee_list)

FUP Best Practice in Scholarly Publishing (DOI 10.36253/fup_best_practice)

Riccardo Staglianò, *Piattaforme di lavoro (e di lotta)*, © Author(s), CC BY 4.0, DOI 10.36253/979-12-215-0319-7.168, in Giovanni Mari, Francesco Ammannati, Stefano Brogi, Tiziana Faitini, Arianna Fermani, Francesco Seghezzi, Annalisa Tonarelli (edited by), *Idee di lavoro e di ozio per la nostra civiltà*, pp. 1521-1526, 2024, published by Firenze University Press, ISBN 979-12-215-0319-7, DOI 10.36253/979-12-215-0319-7

comparabile alla nostra, fa un prezzo più basso. È la globalizzazione, bellezza! Stavolta arrivata per fare abbassare le pretese ai colletti bianchi. Cerchiamo quindi di capirne di più.

2. Chi fa cosa

Intanto chi mette cosa. Prendiamo Uber che, nel mondo, è diventato *vox media* per ogni prestazione fornita *as-a-service*. Da una parte c'è l'autista (partner, nell'eufemistica e confondente terminologia aziendale) che ci mette il mezzo di produzione (l'auto, compresa benzina, manutenzione e assicurazione) e il lavoro. Tutti i rischi imprenditoriali sono suoi. Che sia subissato di richieste o aspetti ore con le mani conserte prima di essere chiamato, non è affare di Uber. Che, dall'altra parte, invece mette la app, che trasforma l'autista in un nodo della sua rete. Infrastruttura che ha creato e che pubblicizza, rendendola famosa e desiderabile dal pubblico. Per questa attività di intermediazione e di promozione intasca una commissione del 25 per cento su ogni corsa. È un accordo equo? Quasi quattro milioni di persone, tanti sarebbero gli autisti nel mondo, evidentemente, hanno ritenuto di sì. Almeno per un breve periodo, rivelava un'inchiesta di *The Information*, un sito a pagamento estremamente autorevole e specializzato sulle tecnologie. Infatti solo il 4 per cento degli autisti continua a lavorare per l'azienda dopo un anno da quando ha cominciato. Un tasso di ritenzione scarsissimo che dimostra, altrettanto evidentemente, che chi ha provato non si trova tanto bene. Però l'esercito di riserva della *gig economy* è così ampio che si trovano sempre sostituti.

3. Assumi e licenzi in tre minuti

È un mercato del lavoro oliatissimo, senza frizioni. «Una volta ci volevano tre mesi per trovare la persona giusta per una certa occupazione. Poi quei tempi sono scesi a tre settimane. Da noi sono ormai tre giorni. E puntiamo, con più dati e migliori algoritmi, di farla scendere presto a tre minuti» mi ha raccontato anni fa Fabio Rosati, allora alla guida di Upwork, una piattaforma per informatici, grafici e altri freelance delle professioni intellettuali. Che sarà forse anche fattibile, ma per fare cosa? E a quanto? Perché, restando sul terreno seducente ma scivoloso della velocità, conviene ricordare ciò che era scappato detto a Luke Biewald, numero uno dell'analogia piattaforma CrowdFlower, durante un convegno sul *crowdworking*. Dopo le solite parole d'ordine sulla *disruption*, le opportunità per chi prima non ne aveva e altre banalità d'ordinanza il Ceo si era concesso il lusso di una manciata di secondi di abbacinante sincerità: «Prima di internet sarebbe stato davvero difficile trovare qualcuno, parlarci per dieci minuti e farlo lavorare per te, per poi licenziarlo dieci minuti dopo. Ma grazie alla tecnologia ora puoi trovarlo, pagarlo una piccola somma e poi sbarazzartene quando non ne hai più bisogno». Brusii in sala. Fino a quando, domani, la partita si giocherà in tre minuti per l'andata e tre per il ritorno.

4. Se il cliente diventa capo, tendenza kapò

Se non fosse già abbastanza vantaggioso, per il datore, assumere e licenziare con un paio di clic, grazie alle piattaforme è riuscito anche a esternalizzare la gestione del personale. Un po' ci pensa l'algoritmo (per dirlo con la parole di Michel Foucault in *Sorvegliare e punire* «uno stato di coscienza e permanente visibilità assicura l'automatico funzionamento del potere»). Un po' il cliente che diventa per l'occasione anche supervisore, capo, quando non kapò. La caratteristica di datori che pretendono di avere a che fare solo ed esclusivamente con freelance anche quando liberi non lo sono affatto e dovrebbero essere riclassificati come dipendenti non è sostanziale all'economia *on demand*, basti pensare alle legioni di false partite Iva, con tutti gli oneri di un dipendente e nessuno degli onori. Il rovesciamento che invece non sarebbe stato concepibile senza le piattaforme digitali è proprio quello di automatizzare il controllo una volta effettuato dai manager, delegandolo all'intelligenza collettiva dei clienti. Chi è che valuta se un autista di Uber o di Lyft si sta comportando bene? Se l'host di Airbnb è stato abbastanza gentile? Se un designer di Upwork o un traduttore di Mechanical Turk ha lavorato a regola d'arte? Prima quello era compito (e occasione di stipendio) di un responsabile. Ora è responsabilità (non pagata) tua, mia, nostra. E non è affatto detto che come boss si finisca per essere migliori di chi ci ha preceduto. Perché il bastone del comando peggiora, quasi istantaneamente, chiunque lo brandisca. «Diventi piuttosto bravo a leccare il culo» riassume un autista Uber al sito The Verge «solo perché devi farlo. Uber e Lyft, infatti, hanno creato un nuovo mostruoso tipo di cliente che si aspetta il livello di servizio del Ritz Carlton ai prezzi del McDonald's».

5. Un'economia per perma-giovani

Il capitalismo delle piattaforme interpella la dicotomia presente/futuro anche da un altro punto di vista. Con paghe misere e diritti all'osso impoverisce i lavoratori oggi, compromettendone la capacità di spesa e la solidità esistenziale. Ma mette a repentaglio anche il loro domani perché, in assenza di contributi versati e in presenza di un sistema per minimizzare le tasse che non ha precedenti, spinge lo stato sociale verso un punto di rottura. Chi pagherà per le cure di cui avranno bisogno da vecchi visto che i loro datori di lavoro, che mettono mano alla pistola se solo provi a chiamarli così, avranno versato un'inezia di tasse e perlopiù altrove? La *gig economy* presuppone una perma-giovinezza, l'energia inesausta di accettare una corsa dopo l'altra e non essere nemmeno sfiorati dal sospetto che un giorno quei ritmi presenteranno il conto. Significa affrontare ogni lavoro come se fosse l'ultimo. Come se non ci fosse un domani, che da metafora rischia di diventare cronaca. Perché lo schema è: prima ti spolpo, poi ti abbandono. Una sorta di *double tap*, come l'orripilante tecnica bellico-terroristica di colpire prima un bersaglio e poi aspettare che arrivino i soccorsi per far fuori anche quelli. Che fa rima con Double Dutch, ovvero il perverso rimpallo tra le sussidiarie olandesi di Uber, dove la prima trasferisce i redditi alla seconda come royalty (perché le

royalty non sono tassate) e resta con un miseria in mano da dichiarare all'esattore. Un palleggio che ha come unico fine quello di decimare l'imponibile. Più poveri oggi. Derelitti domani. Cosa possiamo chiedere di peggio?

6. La sindrome dell'hostess

Affidare la compilazione della pagella a un cliente capriccioso porta con sé anche un ulteriore e fastidioso requisito. Dal momento che basta scendere sotto il livello di valutazione 4,7 (in un intervallo da 1 a 5) per essere de-attivati da Uber bisogna impraticarsi in *emotional labor*, lavoro emozionale, vale a dire lo sforzo di adeguare costantemente i propri sentimenti ai requisiti del mestiere che si sta svolgendo. Una specie di sorriso dell'hostess, applicato a tutti i lavori sulla piattaforma. Come spiega la sociologa Arlie Hochschild in *The Managed Heart and The Commercialization of Intimate Life*, la gestione delle emozioni sta diventando una risorsa economica importante, una competenza essenziale nel nuovo mercato del lavoro. Una quantità di autisti Uber mi ha raccontato del fastidio represso a stento nello scarrozzare clienti che, dal sedile posteriore, passavano tutto il tempo della corsa a seguire su Google Maps il percorso, pronti a fulminarli se a un certo punto decidevano una minima variazione del tragitto. A dirla tutta anche l'autista può valutare il passeggero, ma la sproporzione delle conseguenze è chiara: il primo può perdere il lavoro, il secondo al peggio verrà snobbato da altri autisti. Un diritto dei tassisti che i loro corrispettivi via app non possono permettersi è avere l'umore storto. Per loro anche un po' di occasionale tristezza è diventata un lusso.

7. Ma quando e perché sono nate?

Abbiamo detto cosa sono le piattaforme ma perché, a un certo punto, sono nate? Nel 2008 l'economia mondiale assomiglia a una città che siede sull'epicentro di un terremoto. C'è da ricostruire, ma in modo che non venga giù tutto alla prossima scossa. All'indomani dello sboom del 2000 l'astuzia era stata inventarsi una versione low cost del web, quello 2.0 dove il lavoro lo facevano gli utenti. Stavolta è il momento, nella tassonomia che Nick Srnicek propone in *Platform Capitalism*, delle piattaforme *lean*, leggere, agili, «che tentano di ridurre al minimo il possesso dei beni e di fare profitti riducendo il più possibile i costi». Uber e Airbnb, ovviamente, ma anche Amazon che dal commercio elettronico originario è ormai diventata una piattaforma logistica multiuso che vi porta il cibo a casa con WholeFoods, vi rimedia un microjob con Mechanical Turk e fornisce l'infrastruttura informatica per la vostra azienda via Amazon Web Service.

La differenza più interessante rispetto al post-2000 secondo me è però un'altra e ha a che fare con il clima culturale. Allora ci si poteva ancora permettere il lusso del *cazzeggio*. Facebook in testa, ma anche Instagram, Twitter, YouTube hanno come materia prima la condivisione delle cose che ci piacciono. Monetizzano, attraverso la pubblicità, la nostra vita sociale. I contenuti sono le persone nella loro dimensione di svago. Post-2008 cambia tutto. Ora la preoccupazione

è arrivare alla fine del mese. *Primum vivere deinde speculari*. La gente ha bisogno di qualche soldo extra? *There's an app for that*, secondo il mantra-panacea della Silicon Valley. Occhio alle date di nascita: Airbnb (2008), Taskrabbit (2008), Uber (2009/2010), Homejoy (2010), Urbansitter (2010) e poi a cascata Instacart, Handy, Postmates e le varie decine di uber-qualcosa spuntate da fuori in quel periodo. Dopo il 2000 si è messa la pubblicità sulle chiacchiere e i soldi andavano al padrone della piattaforma. Il nostro lavoro gratis era il prezzo pagato per passare del tempo in compagnia. Dopo il 2008 c'è bisogno soprattutto di incassare. Si comincia dunque a far pagare quelli che una volta erano favori tra amici. Darti un passaggio all'aeroporto. Andare a ritirare gli abiti stirati in tintoria. Aiutare a dipingere una stanza.

8. Cambia il vento?

L'innequivocabile forza di queste piattaforme è la flessibilità. Più o meno (l'analisi approfondita di questo scarto prenderebbe un saggio a parte) anche il lavoratore è libero di lavorare quando vuole. Il punto debole sono i diritti. Perché, oltre a una diffusa e surrettizia rinascita del cottimo e a condizioni economiche sull'orlo della sussistenza, il più delle volte si finge un'autonomia che non esiste. Nel caso paradigmatico di Uber, per dire, la piattaforma decide tutto, compreso il prezzo e il percorso. Cosa c'è di meno autonomo di così? È per questo che, a un certo punto, alcuni tribunali hanno cominciato a dare ragione ai lavoratori. A partire da una storica sentenza del tribunale del lavoro di Londra che, nel 2016, stabiliva che due autisti Uber dovevano essere inquadrati come 'parasubordinati' e non come 'autonomi'. Decisione confermata cinque anni dopo dalla corte suprema britannica. Mentre una giurisprudenza simile si faceva strada in molti altri paesi.

Anche da noi, stando al Decreto Rider del 2019, si sarebbe dovuto riconoscere per legge a novembre 2020 il carattere 'subordinato' del rapporto tra piattaforma e rider. A meno che non si fosse arrivati alla firma di un contratto nazionale tra le associazioni sindacali e datoriali 'prevalentemente' rappresentative. Ed ecco allora spuntare in zona Cesarini – un mese prima della temuta scadenza – la sigla Ugl, già missina, poi leghista, di certo non maggiormente rappresentativa, che si mette d'accordo con Assodelivery per evitare che si applichino le regole dei subordinati. Il classico 'sindacato giallo', foglia di fico della parte datoriale. La cui uscita fa infuriare sia il ministero del lavoro che Maurizio Landini che parla di «scempio anti-sindacale». Qualche mese prima a Milano un tribunale aveva intanto commissariato la filiale italiana di Uber con l'accusa di 'caporalato digitale'. La condanna arriva a ottobre 2021 e assegna un risarcimento di 10 mila euro a testa ai 44 fattorini sfruttati (paghe da 3 euro, mance trattenute, altre decurtazioni come punizioni) che si erano costituiti parte civile.

9. Epilogo

La svolta più importante però è di dicembre scorso. È allora infatti che l'Unione europea, per bocca del vice-presidente Valdis Dombrovskis, afferma che gli

addetti della *gig economy* «meritano la stessa protezione e condizioni di qualsiasi altro lavoratore». E che, salvo eccezioni, dovranno essere considerati dipendenti. Una rivoluzione che riguarderebbe oltre 4 milioni di persone nel Vecchio continente. Un numero in impetuosa crescita, a giudicare dalle martellanti pubblicità nel *prime time* televisivo. Ora io non credo che quella dell'inquadramento come dipendenti sia l'unica soluzione a questo problema. Alcuni giuslavoristi con cui ho parlato propendono per il sì mentre vari rider che conosco hanno posizioni più sfumate. Il bello – per così dire – di quando il tuo padrone è una app è che puoi decidere tu quando aprirla e chiuderla. Probabilmente ci sono altri modi di difendere i diritti senza ingessarli nelle uniche categorie che già si conoscono. Sicuramente qualcosa andava fatto e questo è un segno importante del vento che è cambiato. Ricordo ancora, anni fa, la fatica immane di spiegare ai due manager italiani di Foodora, per il resto piuttosto svegli, cosa fosse il cottimo e perché, a dispetto di quanto ritenesse i loro software, non fosse una forma di retribuzione auspicabile. «Un viaggio di mille miglia inizia con un singolo passo!» avvertiva il taoista Lao Tzu. Il passo è stato compiuto. Ora si può anche correggere la rotta, ma non tornare indietro.