

La condizione umana. Il capitalismo come playlist

scritto da Gilberto Pierazzuoli

Per un'Ecologia AntiCapitalista del Digitale - seconda parte(*)

L'antropocene è lo spazio tempo dove il modo di abitare il pianeta da parte della specie umana ha ormai valenza geologica. Questo modo non è sempre stato lo stesso, tanto che si potrebbe parlare di più versioni dell'antropocene. Di quella dell'invenzione della agricoltura e della domesticazione di altre specie, quello che Timothy Morton chiama spazio agrilogistico; del Piantagiocene di [Anna Tsint](#); del Chthulucene, lo spazio infetto di [Donna Haraway](#); del Capitalocene di [Jason Moore](#). In tutti questi casi c'è una visione della natura esterna all'umanità, una natura a disposizione, con animali e cose, viventi e non viventi ai quali non viene riconosciuta la stessa agenzialità degli umani. Questa visione rimanda e richiama tutta una serie di dicotomie che si dipanano a partire da quella tra natura e cultura (naturale e artificiale), tra le quali si distingue quella corpo/mente che ci restituisce un soggetto che agisce a comando a partire da una coscienza di sé che coincide con la consapevolezza di questa facoltà. Il paradigma mondo che se ne ricava è quello senza alternative politiche della contemporaneità neoliberista che come il treno di [Snowpiercer](#) corre dentro la catastrofe con il suo carico di ingiustizie sociali, senza la possibilità di tirare il freno a mano. Il capitalismo ne è il motore mosso dalla massimizzazione del profitto, con il mercato a fare da cinghia di trasmissione. Quella mano invisibile e provvidenziale che non è altro che un dispositivo automatico che rifugge ogni intervento esterno, che è perciò incapace di affrontare quel capovolgimento di direzione che azzeri la catastrofe. [Catastrofe](#), dal lat. tardo *catastrōpha*, *catastrōphe*, gr. καταστροφή, propr. «rivolgimento, rovesciamento», der. Di καταστρέφω «capovolgere». Ma il *katastrophein* è anche “il dimettersi”, dice Federico Campagna (p. 35), qualcosa che ha anche a che fare con un'esperienza psichica, con una [derealizzazione](#), con una perdita delle coordinate attraverso la quale il mondo crolla. E la derealizzazione non è allora una perdita del sé, ma la perdita di quei legami e di quelle relazioni che orientano e fondano soggetti e oggetti in divenire, che non sono perciò dati una volta per tutte. La catastrofe è allora l'incapacità di cambiare rotta.



L'oggi è la presenza catastrofica di una divisione o di una sottrazione, quella delle relazioni che fondano il soggetto. Preesistenza, sostanza, l'in sé delle cose a prescindere dai contesti, è il corollario che dissemina di oggetti inerti l'ambiente mondo della globalizzazione. La miopia del dispositivo incapace di distogliere lo sguardo dallo scopo che lo fonda, sta allora erodendo la capacità epigenetica delle cose che emergono dagli incontri, dai confronti, dalle alleanze, dai ritmi, dagli sfioramenti e dai cozzi. Quello che era un percorso; ciò che perdurava, la durata oltre

l'istante, oltre una forma estrapolata così dal contesto; il brodo fertile, humus e nutrimento in quanto processi generativi, si bloccano. Tutto il movimento si blocca; non ci sono parentele, simbiosi né parti condivise. Il passaggio al paradigma digitale all'interno del dispositivo mosso da quella "mano invisibile", accentua l'effetto: dal continuum analogico si passa al discreto dei campionamenti digitali; l'individuazione diviene una "dividuzione". I contorni si fanno più netti, mentre lo sfondo tende a scomparire e a farsi sterile. È lo sfondo "naturale" dell'antropocene. Mero contenitore a disposizione di quella mano invisibile. E così anche l'agentività catastrofica degli umani, dell'*antropos* dell'antropocene, può essere messa a servizio. Le cose, la natura, lo sfondo sono materie prime da poter estrarre indisturbati dalla loro inerzia e ottusità. Lo sfondo è opaco, non rappresentativo, ricettacolo inerme degli scarti produttivi. La rigenerazione, la riproduzione delle forze e delle energie - umane e non umane - usate nella produzione non è un problema che ci si possa porre, non è mai entrata nel calcolo del profitto. La possibile distruzione non può fermare la produzione, sono qui eventi sconnessi. La cosmogonia che fonda questo mondo è l'uomo (maschio) che

nomina gli animali: «Allora il Signore Dio plasmò dal suolo ogni sorta di bestie selvatiche e tutti gli uccelli del cielo e li condusse all'uomo, per vedere come li avrebbe chiamati: in qualunque modo l'uomo avesse chiamato ognuno degli esseri viventi, quello doveva essere il suo nome.» (Genesi 2, 19). Nominare è allora dividere e sottomettere. Il capitalismo è questo enorme paradigma votato alla produzione per il mercato, per il profitto che si nutre di differenze ontologiche, di classe, di genere e specie ed è indifferente alle conseguenze. Un paradigma alternativo che possa fare divergere il treno dello sviluppo è incompatibile con quel motore, con quello scopo, con il modo che si è messo in atto per perseguire quello scopo. Serve un altro paradigma, un altro mondo, un'altra cosmogonia.

Le cosmogonie amerindie antecedenti la creazione dello "spazio agrilogistico", estranee alla rivoluzione agricola del neolitico, estranee, esterne all'antropocene, rimandano invece a un rimescolare fertile dello sfondo dal quale le figure emergono senza staccarsene per poi ripiombarvi. Figure abbozzate, avvinghiate in un [entanglement](#) attivo e generativo. Un paradigma colmo più di relazioni, di parentele, che di cose. Soggetti e oggetti che si scambiano le parti, che collaborano tanto che la competizione è soltanto un rimasuglio prospettico del soggetto agrilogistico, di nuovo, dell'*antropos* dell'antropocene. La confusione tra soggetto e oggetto prevede una agenzialità diffusa e potente. Ed è per queste ragioni che questo paradigma, questo ambito a differenza di quello capitalista può essere ecologico. Perché è la costruzione di un rifugio includente, «una 'casa' (*oikos*) in cui l'ineffabile possa trovare ospitalità accanto al linguaggio» ([Campagna](#)), una casa senza nominazioni. Un* eco (*oikos*), quello che dà senso alle parole eco-logia ed eco-nomia. Un paradigma fatto di infiniti attanti dove le relazioni stesse anno capacità di *agency*.

La condizione umana secondo Hannah Arendt è caratterizzata da un'agenzia complessa fatta di **lavoro, opera e azione** (cfr. [Silvio Lorusso](#)). Gli umani lavorano, operano, agiscono. Il *lavoro* è l'attività sottoposta



alla sussistenza che non produceva prodotti duraturi. Per questo è una condanna ed era, se possibile, da rifuggire, far fare agli schiavi. L'*opera* aveva un'altra

dignità, produceva cose che si conservavano, che non si esaurivano nell'uso: è l'opera dell'artigiano. Ma quella che più caratterizza la condizione umana è l'*azione*. La piena agenzialità che contiene le scelte umane, la capacità di fare scelte, di intraprendere strade nuove, anche di cambiare percorso, di andare in un'altra direzione anche opposta, quella che Virno chiama la capacità della negazione.

Il paradigma agrilogistico, l'antropocene, quello che ha in prospettiva il capitalismo e le economie di libero mercato, riserva comunque delle sorprese. L'intelligenza del mercato, l'agenzia del dispositivo capitalista, la sua dedizione al profitto, non presuppongono infatti - come in una beffa perversa - una mente unitaria, un centro di comando. Tutto avviene in automatico, in maniera interconnessa e apparentemente come avviene nelle migliori convivenze. Da questo punto di vista, l'unica differenza con il paradigma "eco-logico", è l'impossibilità di fare scelte diverse. Il capitalismo nega o riduce l'agenzia delle cose, degli animali e delle piante. Le vuole inerti e sottoposte. L'unico agente è la "mano invisibile". Ma la mano invisibile, come abbiamo detto, non fa altro che azioni finalizzate alla massimizzazione del profitto. La mano invisibile può fare anche disastri. Può essere nociva a sé e agli altri, ma non prevede alternative. Si fonda su questa mancanza di alternativa. È un ritornello che ripete all'infinito: "*there is no alternative*" (TINA).

Il capitalismo digitale è oltre, disegna i suoi contorni, aggiusta le posizioni, enumera gli oggetti. Stria lo spazio liscio che lo circonda: ci sono una serie di esigenze tutte interne al business (estrazione di profitto). Presenze che reclamano aggiustamento adattivi allo stesso. Una prima è quella [dell'occultamento del lavoro](#) per dispensarsi da dover dare un salario come suo corrispettivo. Così il lavoro gioco, il fai da te e altre invenzioni che hanno come *consistenza* il lavoro gratuito. Una seconda è l'economizzazione dei processi. L'utente della rete monopolizzata dalle piattaforme pubblicitarie è ormai un semplice consumatore. La favola bella del media interattivo e democratico è ormai totalmente logora. Permane la sensazione di un servizio, un'apparente gratuità che segna profondamente il comportamento complessivo della specie. Tutto è comunicazione e gli schermi sono ormai protesi indispensabili dell'esistenza umana. Il motore paradigmatico dell'ultimo antropocene, facendosi digitale, comprime la stessa agenzialità degli umani sino a livelli mai pensabili prima. Lo spazio sociale, lo spazio interattivo, digitalizzato e virtualizzato, gira ormai nel cloud, popola le

nuvole hardware per restituirci una pioggia allegorica che ci tiene incollati a uno spazio indolore.



La tastiera è ad oggi residuale. I computer da tavolo, ma anche i portatili tendono all'obsoleto. I computer sono da tasca. Il telefono è oggi il primo computer che alcuni utenti hanno maneggiato per primo, non soltanto i ragazzi, i nativi digitali, ma anche persone

che se ne erano disinteressate come alcune persone anziane che mai avrebbero comprato un computer da tavolo od un portatile e che invece oggi posseggono e usano un device mobile. Se l'utenza è questa ed è **una utenza planetaria**, la "mano invisibile", il capitalista come motore, l'algoritmo di scopo (l'estrazione del profitto), si adegua. Difficile sapere se il passaggio dagli schermi dei computer da tavolo a quelli iperportatili, a quelli da indossare sia una mossa prodotta o subita da tutto il comparto produttivo del capitalismo digitale. Quello che conta è che il vettore del profitto ha oggi questa dimensione e direzione. Gli ingredienti – essi soltanto – sono interattivi. Hanno funzioni attraenti che trascinano in rete, ma possibilmente in un luogo della rete che sia appropriato allo scopo, là dove il messaggio pubblicitario riesce meglio a manifestarsi. La *mission* è monetizzare il nostro comportamento e le possibilità per fare questo sono legate oggi a veicolare messaggi pubblicitari perfettamente costruiti su una serie di profili che cercano di cannibalizzare l'intera gamma delle possibilità. Occorre iscriverli, assegnarli a un profilo e averlo sempre più definito. Si contempla anche la possibilità di una loro indeterminazione sostanziale. Si può riuscire a lavorare su profili aperti con merci che si alternano e attraversano le finestre di interesse che il loro cangiare produce. Per fare questo il consumatore utente non è un attore inerte, produce comportamenti, opinioni, dati. Il consumatore si fa, si modifica e consuma. E consumando si rifonda all'infinito moltiplicando le sue sfaccettature e il divenire infinito delle offerte pubblicitarie che crea e subisce nello stesso tempo. È un universo che ribolle, costantemente immerso nella ridondanza del sé che deborda soltanto nella panopia delle merci. Merci materiali ma anche e soprattutto merci smaterializzate per un consumo possibile oltre la dimensione oggettiva, oltre la

consistenza. In questo contesto, **la crescita infinità è ora possibile anche su un pianeta finito**. Fuori della nuvola, fuori dai flussi della comunicazione, fuori dal silenzio assordante del dipanarsi delle routine algoritmiche, da quel ritmo incalzante del loop vorace che ha sussunto l'essere: il rumore sordo della caduta, il tonfo dei corpi degli schiavi, **robot umani**, che dietro le quinte sono vittime o **forza lavoro residua**. La logistica, il delivery, **l'Intelligenza Artificiale umanamente potenziata** dei processi in outsourcing del [Turco meccanico di Amazon](#).

La crescita infinita è possibile perché siamo in presenza **del capitalismo delle playlist**. Netflix ne è l'esempio più tipico. Non c'è un'offerta ordinata a priori, l'offerta è personalizzata e condiziona la tua navigazione. In base a questa e alle tue scelte essa cambia, si adatta in un gioco tra accondiscendenza e condizionamento. Se la proposta di Netflix corrisponde ai tuoi gusti sei disposto ad accettare certi suggerimenti, entrando così in un loop di feedback che arricchisce la piattaforma così tanto da permettere alla stessa di produrre nuovi contenuti. Abitare la piattaforma presuppone l'appropriazione da parte del dispositivo dei tuoi gusti, altrove potrebbe essere il tuo sapere, anche il tuo saper fare per una sussunzione del lavoro vivo come da ortodossia marxista. Il ciclo è costruito in materia tale che l'atto del consumare diventa produttivo innestando una spirale comportamentale che potrebbe essere eterna. Non c'è saturazione dell'offerta e della domanda perché la domanda produce l'offerta e l'offerta condiziona la domanda, in qualche modo la crea. Siamo fuori dai cicli che caratterizzavano le fasi analogiche del capitalismo ipotizzati da Arrighi: crescita, saturazione del mercato, finanziarizzazione, declino, guerra, nuova crescita con altro soggetto. Ma non è perché si tratta di merci immateriali, ma perché la merce è diventata l'informazione che la riguarda. Ovviamente nel caso di merci materiali occorre che forme residuali di produzione manifatturiera si conservino, ma anche queste sono contaminate dalla informazione. Una maglietta non è una maglietta, è un brand, è la logistica che sottende la sua produzione e distribuzione, è informazione. Fasi alle quali partecipa anche il consumatore che concorre alla sua ideazione ed è implicato nel determinare sia l'offerta che la domanda. Il valore contenuto nella maglietta è soltanto in minima parte materiale. Anche la saturazione del mercato è difficile. La domanda non si esaurisce, cambia. **Si entra nel ciclo delle merci che sono costantemente inattuali, che non soddisfano nessun bisogno perché il bisogno cambia continuamente prodotto com'è dai cicli di feedback algoritmici del**

capitalismo digitale. Non si esaurisce niente perché si va verso cicli di riciclaggio dell'informazione che rimettono in circolo nuove apparenze delle merci. Non dobbiamo escludere la possibilità che le merci stesse perdano di consistenza materiale andando per esempio verso magliette virtuali proiettate sulla pelle che cambiano la loro apparenza a seconda dei contesti. Certo un minimo di materialità produttiva ci sarà sempre, ma sarà in diminuzione tanto che rincorrere modelli produttivi soltanto residuali non è il modo più appropriato anche per contestare un sistema sempre più iniquo.



Certo, c'è ancora un plusvalore di mercato ma non proviene dallo scambio mercantile in sé, ma dal flusso di informazioni che ha bisogno di un innesco (economia cosiddetta reale), ma che poi si alimenta da solo in un loop perverso che convoglia la ricchezza verso pochi anche al costo di

disastri sociali e ambientali. L'allargamento della forbice tra ricchi e resto del mondo è una delle conseguenze che viene più facilmente all'occhio e ne è manifestazione diretta. Forse un limite alla crescita – seppur ridimensionato – esiste ancora. Il capitalismo allarga il pianeta, esplora gli oceani e guarda anche fuori. Cerca “risorse” ovunque, ma dal punto di vista redistributivo, anche nel momento di una decrescita dell'economia reale, la crescita della ricchezza dei ricchi aumenterà egualmente. Ci sarà sempre meno classe media. Questo non dipende dalla finanziarizzazione dell'economia, ma dalla sua virtualizzazione. E questa non dipende dalla smaterializzazione della produzione in sé, ma dal fatto che le merci materiali o immateriali che siano sono informazione e vengono trattate come tali.

Quando poi ritorniamo al trattamento dell'informazione, il loop perverso alla base dell'economia delle piattaforme ha come obiettivo quello di tenerti sulla pagina. Il capitalismo digitale non ha un'intelligenza centrale, sono soltanto delle routine separate nell'infosfera. La mano invisibile non è una “grande mano”: non c'è un unico disegno. Serve un luogo dove devi sostare e **comportarti** per alimentare il

motore della profilazione, un luogo dove anche subire gli effetti di quella profilazione. Devi rimanere nella pagina. Il testo ipermediale e l'immagine allegorica della "navigazione" sono in ribasso. Il testo-messaggio torna a essere lineare ma con una lettura semplificata.

Il traffico in rete è ormai generato per la maggioranza da dispositivi mobili. Lo schermo piccolo, l'assenza di una tastiera meccanica condizionano l'esperienza d'uso della rete. È un'esperienza più emotiva che riflessiva. I testi sono brevi, più dichiarativi che riflessivi; ritornelli senza strofe. L'agenzialità umana si fa macchinica. Materia vivente e materia morta che si anima. Soggetto e oggetto che si ribaltano. Natura e cultura, naturale e artificiale che si scambiano di posto: nel paradigma del capitalismo informazionale le polarità possono disfarsi, sorpassando gli oppositori nello smantellamento del paradigma fordista. Ritornando allora a Arendt, a ***lavoro, opera e azione*** che sono alla base della condizione umana, c'è poca *opera*, prodotti materiali, prodotti non deperibili che vadano oltre l'esperienza dell'uso. Nessuna *agency*, perché non ti è permesso o sei ostacolato nella possibilità di cambiare percorso, di invertire la rotta (prima accezione di catastrofe, ma c'è anche la seconda accezione, quella che ha *derealizzato* la presa sulla realtà). Resta il lavoro, ma qui non è retribuito. Amen.

Altre indicazioni bibliografiche oltre ai link ipertestuali:

Federico Campagna, *Magia e tecnica. La ricostruzione della realtà*, Tlon, Roma 2021

Paolo Virno, *Saggio sulla negazione. Per una antropologia linguistica*, Boringhieri, Torino 2013

Hannah Arendt, *Vita activa. La condizione umana*, Bompiani, Milano 1964

Giovanni Arrighi, *I cicli sistemici di accumulazione*, Rubettino, Catanzaro 1999

(*) La rubrica, curata da [Gilberto Pierazzuoli](#), raccoglie una serie di articoli che riprendono il lavoro di "Per una Critica del Capitalismo Digitale", libro di prossima stampa uscito a puntate proprio su questo spazio. Una sorta di secondo volume che riprende quelle considerazioni e rende conto del peso antropologico e

delle trasformazioni che il mondo digitale provoca nel suo essere eterodiretto dagli interessi di tipo capitalistico. Una prosecuzione con un punto di vista più orientato verso le implicazioni ecologiche. Crediamo infatti che i disastri ambientali, il dissesto climatico, la società della sorveglianza, la sussunzione della vita al modo di produzione, siano fenomeni e azioni che implicano una responsabilità non generalizzabile. La responsabilità non è infatti degli umani, nel senso di tutti gli umani, ma della subordinazione a uno scopo: quello del profitto di pochi a discapito dei molti. Il responsabile ha un nome sia quando si osservano gli scempi al territorio e al paesaggio, sia quando trasforma le nostre vite in individualità perse e precarie, sia quando – in nome del decoro o della massimizzazione del profitto– discrimina e razzializza i popoli, i generi, le specie. Il responsabile ha un nome ed è perfettamente riconoscibile: è il capitale in tutte le sue declinazioni e in tutti i suoi aggiornamenti.

Come per gli articoli della serie precedente, ognuno – pur facendo parte di un disegno più ampio – ha un suo equilibrio e una sua leggibilità in sé e là, dove potrebbero servire dei rimandi, cercheremo di provvedere tramite appositi link.

[Qui la prima parte](#)

Gilberto Pierazzuoli