

# Piattaformizzazione delle nostre vite e attualità della teoria critica

Geert Lovink, *Le paludi della piattaforma. Riprendiamoci internet*, Nero Edizioni, Roma, 2022, pp. 217.

Mike Watson, *Perché la sinistra non impara a usare il meme? Adorno, videogiochi e Stranger Things*, Meltemi, Milano, 2022, pp. 128.

## Parole chiave

Piattaformizzazione, regime customer-centrico, Netflix Society, NFT's

Nello Barile è Professore Associato di Sociologia dei processi culturali presso l'Università IULM di Milano ([nello.barile@iulm.it](mailto:nello.barile@iulm.it))

Le piattaforme occupano un ruolo centrale nella nostra vita e stanno espandendo progressivamente il loro potere. Il caso di Netflix è particolarmente visibile e impattante, non solo rispetto ai grandi cambiamenti di consumo dei contenuti, come nel caso estremo del *binge watching*, ma anche nel modo in cui la piattaforma interagisce con i valori e i comportamenti sociali. Netflix non è solo un'infrastruttura tecnica o una piattaforma di filtraggio dei dati, la sua funzione culturale è più simile a quella di un brand o di un movimento culturale. L'idea promettente di un mondo di contenuti *on demand* che vuole “dare alle persone ciò che vogliono” ribalta la portata e le funzioni di piattaforme come

Netflix perché “una lettura più approfondita del comportamento del pubblico serve anche a riformulare la raccolta e l’utilizzo dei dati dei telespettatori da parte dell’azienda, come risultato tecnologico” (Jenner 2020, p. 270). Un altro aspetto interessante del potere comunicativo delle piattaforme è il design delle loro interfacce, che definiscono una certa esperienza dell’utente. Se la costruzione esperienziale delle interfacce è un passaggio fondamentale nella progettazione di un’interazione customer-centrica (Johnson 2019), che attualizza in modo nuovo il concetto di *prosumer* (Toffler 1987), le nozioni di Netflix Politics (Pregliasco, Diamanti 2021), o più in esteso di Netflix Society (Barile 2022), mostrano invece un passaggio dal livello tecnico a quello politico, culturale e comunicativo.

Due testi usciti recentemente, entrambi provenienti dalla galassia alternativa e postmarxista, fanno il punto sull’odierno potere culturale delle piattaforme. Agli antipodi dei sacerdoti della Quarta Rivoluzione Industriale, che proseguono le politiche neo-liberiste con altri mezzi, si colloca una schiera di pensatori critici che mettono in discussione la sostanza stessa attraverso cui il nuovo capitalismo delle piattaforme sta modificando le nostre esistenze. Tra questi spicca il lavoro di Geert Lovink, con il suo ultimo *Le paludi della piattaforma* (2022), pubblicato nella versione italiana con una interessante veste grafica che rievoca in versione pop e DIY le estetiche mostruose dei vecchi b-movies horror, in cui l’autore articola la sua critica nei confronti del nuovo sistema di potere/comunicazione. Il testo affronta il cambiamento di prospettiva da quando il focus dell’analisi era posto sul mondo dei social network, come in *Ossessioni collettive* (Lovink 2012), a quello delle piattaforme. Il testo presenta anche una meta-riflessione sulla scena degli intellettuali che criticano le piattaforme, ormai diventato una sorta di sport internazionale, che ha preso piede dapprima negli Stati Uniti, con una vasta schiera di maschi, bianchi, intellettuali come A. Keen, J. Lanier, D. Rushkoff, che hanno preso di mira il mondo perverso della rete, per poi espandersi al femminile e alla critica femminista, come nel caso di Zuboff e di Crawford. Sin dall’introduzione, Lovink si cimenta con i concetti chiave del nuovo mondo, con particolare enfasi posta sul

passaggio dalla logica dell'essere “*disruptive*” alla stagnazione, ovvero lo slittamento dall'esaltazione di un'obsolescenza estenuante e incessante imposta ai prodotti, alle pratiche sociali e agli stili di vita, a un senso di impaludamento che è caratteristico del nuovo sistema di potere. Tale condizione rappresenta una sfida nei confronti del pensiero critico producendo una sorta di “illuminismo torbido” che impedisce lo sviluppo di una “tecno-immaginazione radicale” capace di inventare pratiche alternative, laddove il pubblico degli user viene sommerso da Fake News, Cancel Culture e Cyberwarfare (p. 7).

La medesima aporia tra cambiamento incalzante e senso diffuso di stasi, di immobilità, appunto di impaludamento, è dato dalla cosiddetta *Fatigue*, termine divenuto famoso nel corso della crisi pandemica e che poi è stato riadattato al rapporto tra utenti e piattaforme, soprattutto per enfatizzare l'ipertrofia dei contenuti a cui l'utente va incontro senza talvolta essere in grado di scegliere cosa consumare. Una versione avanzata di quello che negli anni settanta Alvin Toffler definì come il paradosso dell'iperscelta (Toffler 1972). Un altro aspetto chiave della riflessione di Lovink è la critica della Cancel Culture attraverso una prospettiva che ricorda McLuhan, quando, in *Dal cliché all'archetipo* (1974), sottolineava la sostanziale derivazione dell'intera controcultura hippie dal mondo televisivo. In modo pressoché analogo, Lovink considera la Cancel Culture un tratto peculiare della capacità di editare relazioni sociali e identità online tramite i social. Tradotto: “Nell'era delle piattaforme, cancellare significa togliere l'amicizia a determinati individui, smettere di seguire determinate aziende o boicottare prodotti specifici (...) se non puoi batterli, bannali” (p. 128). Quest'idea di poter rimuovere le relazioni con alcuni soggetti dai propri contesti comunicativi deriverebbe in realtà dal mondo del business e delle transazioni digitali. Un tempo difatti, secondo l'autore, l'oggetto della cancellazione erano le prenotazioni turistiche, oppure le transazioni tramite carte di credito, mentre oggi in tale categoria rientrano soggetti, situazioni, prodotti culturali, interi periodi storici ecc. Tutto ciò potrebbe arrecare un danno enorme agli attivisti che, credendo di introdurre e realizzare una nuova rivoluzione, si esporrebbero invece a un 'hype isterico', che si moltiplica

precipitosamente e infesta diversi settori della vita culturale, specialmente a sinistra. Il che rende paradossale tale connotazione, dato che certamente anche parecchi movimenti di destra sono cresciuti all'interno delle galassie comunicative create dai social, ma non soffrono allo stesso modo di tale sindrome. Il chiaro conflitto tra movimenti populisti e la cultura alimentata dalle piattaforme è un argomento che dovrebbe essere discusso in modo più approfondito. Anche il mondo dell'arte, già ampiamente investito dal marketing, dal branding e dalle strategie di commercializzazione, subisce un forte impatto da parte delle logiche della blockchain e degli NFT. Lovink intravede una continuità tra il nuovo hype degli NFT e quello classico delle start up anni novanta, dato che già trent'anni fa le dot com miravano a reinvestire tutti i propri ricavi nel mondo del digital, creando le tanto famigerate bolle. Allo stesso modo, il sogno della crypto arte oggi promette agli artisti "una marea di soldi gratis", facendo credere loro di essere destinati alle alte sfere del mercato. Lovink insiste sulla carenza di una critica sistematica del mondo finanziario, sviluppata dal marxismo (ad eccezione de *Il capitale finanziario* di Rudolf Hilferding, considerato come il quarto volume di *Il Capitale* di Marx). La logica della blockchain, delle cryptovalute e degli NFT spinge il ragionamento sul potere finanziario fino alle sue più estese conseguenze. Gli NFT provano a reinserire attributi della vecchia economia nei processi di decentralizzazione delle forme di valore. Essi si basano sul presupposto che "la scarsità è una cosa buona e deve essere reintrodotta" (p. 149). La blockchain sposta il focus dal problema dell'autenticità dell'opera a quello dell'autenticazione (Barile 2022) cosicché il suo "valore è iscritto nell'opera ed è leggibile dalle macchine" (p. 151). Di particolare interesse è la riflessione sulle diverse tendenze estetiche degli NFT, la cui classificazione diventa una impresa di particolare interesse: "meme, anime, carte Pokémon e simili" (p. 148), in sintesi una sorta di oscillazione tra retromania e "weird creativo". In ultima analisi, è encomiabile, anche se non del tutto efficace, il tentativo di applicare al mondo delle piattaforme una tradizione filosofica che, da G. W. F. Hegel a M. Horkheimer, ha riflettuto sul potere del negativo, dando fondamento alla teoria critica.

Il mondo delle piattaforme è un campo di battaglia in cui si riproducono continuamente valori, estetiche e visioni politiche. Il libro di Mike Watson (2022) propone una riflessione culturologica sul potere delle piattaforme, specialmente sulle narrazioni da esse prodotte, anche in questo caso tramite un forte riferimento alla teoria critica. Più che un resoconto su *Stranger Things*, il testo di Watson rappresenta una riflessione politica sul rapporto tra generazioni, con un chiaro focus sul passaggio dagli anni '80 agli anni '90 che tuttora rappresentano un decennio chiave per comprendere il contemporaneo. La comparazione tra diversi mondi generazionali è anche quella tra un'epoca in cui i contenuti delle sottoculture definivano identità forti, e una recente in cui le identità giovanili vacillano. Per questo motivo, il testo di Watson insiste sulla messa in discussione del target generazionale, reificato dalla società dei consumi a partire dagli anni '50, che oggi diventa ancor più attraente dal punto di vista dei nuovi brand globali, delle formazioni politiche e delle piattaforme. Chiaramente esistono atteggiamenti, speranze e paure che sono relativi all'età in cui le persone sperimentano determinati eventi storici. Questo è ciò che definisce una generazione. Eppure, oltre ad avere effettivamente una storia e un'esperienza radicate in un periodo di tempo specifico, le generazioni devono essere consapevoli della loro esperienza condivisa: cioè dell'esistenza di altre persone della stessa età che vedono il mondo in termini sostanzialmente simili. Il focus generazionale di *ST* gioca su un doppio target: a) la Gen x, che ha vissuto attivamente gli anni '80 e che ancora entra in risonanza con prodotti, immagini e suoni di quel periodo, come *Running Up That Hill (A Deal with God)* di Kate Bush; b) le Gen Y e Gen Z, che vivono nei confronti di quelle atmosfere solo una nostalgia vicaria supportata dal tuttora imperante megatrend del revival anni '80, iniziato con il nuovo millennio, ma che stenta ancora a terminare.

Questa sorta di feticizzazione delle generazioni realizzata dalle nuove serie ha un'immediata ricaduta sulla definizione dei contenuti, sullo storytelling e sulle strategie di posizionamento dei brand. Se anche volessimo accettare lo strumento euristico di una segmentazione dell'audience da parte del marketing, il risultato sarebbe una generazione y o

z che ha perso l'opzione del modernismo e dell'utopia, per ripiegarsi su una *newstalgia* divenuta fenomeno di massa, come trasuda nella maggior parte dei prodotti culturali contemporanei. Agli esempi addotti da Watson potremmo aggiungere il tanto amato e vituperato Fridays for Future, che, a ben vedere, seppur rincorrendo un'utopia naturalista in linea di continuità con l'ecologia radicale e il femminismo degli anni '70, esprime anch'esso una sostanziale "retrotopia" (Bauman 2017; Barile 2019), fondata su ciò che Morin (1985) chiamava "neo-arcaismo", ovvero la costruzione di uno stile di vita che si spinge al di là della società industriale, ma recuperando aspetti incontaminati della fase pre-industriale. Se la retromania di *Stranger Things* è in linea con quella trumpiana di un ritorno all'America reaganiana, la dinamica dell'Upside Down ribalta la retrotopia in una retro-distopia. Oltre a innestare un elemento di mostruosità in quel mondo perfetto plasmato dalla "profusione" dei consumi (Baudrillard 1976), la proliferazione di non luoghi dà vita a una eterotopia amplificata in cui le merci e gli oggetti del quotidiano vengono svuotati delle loro funzioni, mentre l'accesso ai mortali è concesso solo a dovute condizioni. Questa gioventù rappresentata dalla serie, che ha respirato per la prima volta l'aria sovrecitante del neo-liberismo, è anche l'ultima ad avere la possibilità di un'azione politica pregnata di senso. Quella che conduce forse all'essenza stessa del politico, ovvero che pertiene al benessere e alla salvezza della comunità in cui si vive ed opera. L'Upside Down è una dimensione essenziale che circonda e completa la realtà fisica e quotidiana e che può essere compresa dai giovani protagonisti attraverso l'interpretazione del gioco di ruolo *Dungeons & Dragons*. L'immaginario di *D&D* è la mappa stessa che ci permette di interpretare i ruoli, le strutture e le ontologie del Sottosopra. Raffigurando il confronto tra russi e americani durante la fine della Guerra fredda, la serie riflette anche sullo scontro tra due diverse retrotopie: quella degli americani che sognano per sempre l'epoca aurea di Ronald Reagan, e quella russa di un impero dominato dalla categoria del politico, che resiste alle seduzioni dei consumi moderni. Questo aspetto della serie è decisamente visionario e anticipa l'odierno processo di deglobalizzazione, amplificato

dalla guerra in Ucraina. Come nota Mike Watson, “il Sottosopra e l'apparato militare definiscono due livelli di dominio della nostra vita quotidiana. Ciò che l'estetica organica, simile a un pacciamme marcio, di Upside Down trasmette è soprattutto la convivenza della natura come una sorta di prima tirannia, che inevitabilmente ci consegnerà alla morte, solo leggermente distanziata da una seconda tirannia (...). Il complesso militare-scientifico, con i suoi esperimenti andati male, rappresenta quella seconda tirannia” (pp. 7-8).

*Stranger Things* ci ricorda come la vita quotidiana negli anni '80 sia stata penetrata e modificata dalla profusione dei media, dei marchi e dei nuovi consumi. Questa può essere considerata come una terza tirannia che cerca di sostituire le altre due: il mefitico Sottosopra e il razionalista-politico del settore militare. Per questo i consumi quotidiani della fiction recitano la parte di un momentaneo abbandono al piacere effimero dell'epoca. L'edonismo caratteristico di quel periodo è uno stato temporaneo di beatitudine che aiuta le persone a sopravvivere al terribile dominio di sistemi di potere più astratti. Il dispositivo narrativo che collega le varie stagioni è basato su una strana e ambivalente rimozione, che in alcuni casi si trasforma invece in citazione e celebrazione degli eroi del passato. Mentre nell'ultima stagione, ad esempio, il capitano della squadra di basket arringa il pubblico ricordando che le vittime della stagione precedente non sono morte invano, e daranno loro forza per vincere contro gli avversari. Il concetto chiave che Watson riprende da Adorno è quello di astrazione. Esso intrattiene con il mondo dell'arte un legame essenziale, anche se nella visione elitista del filosofo francofortese tale principio dovrebbe salvarci dalla profusione del consumo e dalla sostanziale commercializzazione dell'opera d'arte (già iniziata con la faticosa riproducibilità tecnica di benjaminiana memoria).

Sia la soluzione proposta da Lovink che quella suggerita da Watson contro questa immane logomachia non bastano. L'idea di uno schieramento frontale di matrice francofortese, ancora troppo moderno e basato su una concezione strategica dell'industria culturale, non può resistere all'elasticità e all'adattabilità tattica dei contenuti proposti

dalle piattaforme. Per questo a tale tradizione si preferisce oggi il ricorso a una concezione più tattica, come quella che da Stuart Hall (1973), passando per Michel de Certeau (2001), ci conduce ai fandom e alla cultura convergente di Henry Jenkins (2007). A tale tentazione cede anche Watson, quando ammette che forse “l’unica opzione che abbiamo sia quella di imbastardire i meccanismi di produzione e ricezione culturale capitalista dall’interno, ancora e ancora, sapendo sempre che la macchina è troppo vasta, troppo onnicomprensiva per essere superata completamente” (p. 80). Se la riflessione su *Stranger Things* consente di mettere in discussione il rapporto tra storytelling ed etichette generazionali, l’estensione del focus ad altri linguaggi, come i meme o i videogiochi, consente di approfondire il tema dell’intervento tattico dell’utente. Un tentativo che, nella visione tutto sommato ottimista di Watson, potrebbe essere ribaltato nel suo inverso, riattivando la capacità creativa degli utenti di fronte al mondo delle piattaforme, come anche la capacità critica degli elettori di fronte alle proposte delle nuove destre. Se le previsioni di Adorno sulla natura e sulle funzioni dei media contemporanei hanno fallito, il suo interesse per l’arte gli ha permesso di cogliere il valore della creatività diffusa come risposta attiva contro l’immane processo di burocratizzazione dell’industria culturale e della società.

Entrambi i testi condividono l’idea che le piattaforme non sono semplici dispositivi tecnici, ma qualcosa di più vicino a fenomeni culturali che interagiscono con o che addirittura plasmano le culture del nostro tempo. Entrambi cercano di muoversi al di là di una critica tipicamente frontale nei confronti di tale sistema, sviluppando in modo diverso una concezione negoziale che critica il mondo delle piattaforme senza rifiutarlo completamente. Un tentativo probabilmente vano, dato che lo stesso mondo delle piattaforme ha imparato a funzionalizzare la dimensione critica, sfruttandola a proprio vantaggio. Come nel formidabile caso del documentario *The Social Dilemma*, diretto da Jeff Orlowski (2020), che indaga la colonizzazione della nostra vita quotidiana e mentale fatta dalle piattaforme, soprattutto quando sfruttano i Big Data insieme a un ecosistema customer-centrico che pone

al centro l'utente per espropriarlo dei propri dati sensibili. Il successo di tale prodotto non solo dimostra l'elevato interesse nutrito dal grande pubblico nei confronti della critica mossa contro le piattaforme, ovvero una relazione speciale tra la teoria critica e le aspettative/paure quotidiane dell'utente, ma illumina alcuni aspetti paradossali della dipendenza cognitiva degli utenti dal nuovo ecosistema digitale. Soprattutto quando questo sfrutta la posizione critica nei confronti delle piattaforme e la diffonde attraverso le piattaforme, come una nuova strategia di sopravvivenza dell'umano contro il dominio delle piattaforme.

#### Riferimenti bibliografici

- Abruzzese, A.  
1973, *Forme estetiche e società di massa*, Marsilio, Venezia.
- Barile, N.  
2019, *Politica a bassa fedeltà. Populismi, tradimenti dell'elettorato e comunicazione digitale dei leader*, Mondadori Università, Milano.  
2022, *Communication in the new hybrid ontologies: from platform to the metaverse*, Bocconi University Press, Milan.
- Baudrillard, J.  
1976, *La società dei consumi*, il Mulino, Bologna.
- Bauman, Z.  
2017, *Retrotopia*, Laterza, Bari-Roma.
- de Certeau, M.  
2001, *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma.
- Hall, S.  
1973, *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, stencilled paper n. 7, CCCS, Birmingham.
- Jenkins, H.  
2007, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Jenner, M.  
2020. *Researching Binge-Watching*, Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies, v. 15, n. 3, pp. 267-279.
- Johnson, C.  
2019, *Online Television*, Routledge, London and New York.
- Lovink, G.  
2012, *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, Egea, Milano.

McLuhan, M. H.

1974, *At the Moment of Sputnik the Planet Became a Global Theater in Which There Are No Spectators but Only Actors*, *Journal of Communication*, v. 24, n. 1, pp. 48–58.

Morin, E.

1983, *Sociologia della sociologia*, Edizioni Lavoro, Roma.

Pregliasco, L., Diamanti, G.

2021, *Politica Netflix. Chi detta l'agenda nell'era dei social*, Will Media.

Toffler, A.

1972, *Lo choc del futuro*, Rizzoli, Milano.

1987, *La terza ondata*, Sperling & Kupfer, Milano.