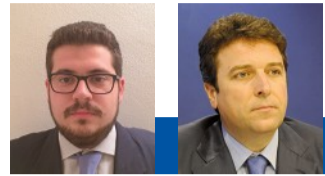


Il progetto di legge e il grande cambiamento PIÙ CHE LAVORO AGILE PERSONE LIBERE



di Francesco Seghezzi
e Michele Tiraboschi

L'approvazione da parte del Consiglio dei ministri del disegno di legge sul lavoro agile, meglio conosciuto come *smartworking* (al quale ieri il Comune di Milano dedicava una giornata di riflessione), ha riaperto il dibattito su come cambia il lavoro grazie alle tecnologie. Da tempo studi e report internazionali, oltre alla esperienza che tutti viviamo quotidianamente sul lavoro, ci mostrano una grande trasformazione in atto, della quale facciamo fatica a leggere e interpretare esiti e direzioni ma che non possiamo più ignorare. Tutto nasce dalle possibilità offerte dalle piattaforme informatiche e dalla digitalizzazione del lavoro. Oggi molti lavori, specialmente nell'economia dei servizi, possono essere svolti in un qualunque luogo che abbia un computer e per alcuni basta anche solo una *smartphone* o un *tablet*. A ciò si accompagnano nuovi modelli di business che vanno sempre più nella direzione di una personalizzazione dei prodotti, che comporta cicli produttivi sempre diversi, scardinando le basi dell'orario di lavoro fisso e immutabile. Parlare di lavoro agile significa quindi iniziare ad ammettere che le vecchie logiche novecentesche dell'orario e del posto di lavoro fisso oggi non sono più così rappresentative della realtà. Ma è importante capire che ci possono essere due approcci al tema, uno più rivoluzionario e uno più cauto e limitato. La modalità più cauta è quella di chi vuole concedere qualche spazio di libertà e flessibilità in più su luogo e orario di lavoro, mantenendo comunque dominante la logica della subordinazione. In pratica si tratta di lasciare il lavoratore più libero di scegliere da dove lavorare, concedendogli alcuni momenti durante l'anno nei quali può svolgere la prestazione da casa o in altri luoghi liberi o (spesso) concordati. Questo è sicuramente un primo

passo, che riconosce come la tecnologia oggi cambi profondamente l'organizzazione del lavoro e possa aiutare i lavoratori a conciliare le esigenze di vita con quelle del lavoro, ma non basta. Si rischia infatti di restare ancorati ad una visione meramente esecutiva del lavoro dove l'apporto della persona è marginale e la dimensione del controllo è dominante per quanto allentata o a distanza. È però possibile un secondo approccio al tema, dall'effetto più dirimpente, che va oltre al concetto di *smartworking* come telelavoro e pratica di conciliazione vita-lavoro. Parliamo di un nuovo paradigma del lavoro, che superi le logiche ormai strette del lavoro subordinato e che abbia al centro la persona del lavoratore e quello che può dare all'impresa. Non contano quindi i luoghi e gli orari, se la tecnologia permette di farne a meno, ma contano i risultati, l'interazione e le competenze. L'agilità non è quindi quella del lavoro, ma quella della persona del lavoratore. Se invertiamo l'ordine di questi fattori avremo solo nuove regole e non un nuovo lavoro. Questo non significa liberalizzare ogni tipo di regolazione del lavoro, confondendo l'agilità e la libertà del lavoratore con un modello individualistico. Al contrario, una vera evoluzione del lavoro subordinato passa dalla costruzione di una dimensione comunitaria dell'impresa, nella quale il buon andamento della stessa è obiettivo comune di imprenditori e lavoratore. Solo così si potrà passare dalla logica gerarchica del controllo alla logica comunitaria e partecipativa basata su libertà e responsabilità reciproche. Bisogna augurarsi che il legislatore italiano sia lungimirante e provi, d'accordo con le parti sociali, a intraprendere questa seconda strada, più complessa e insidiosa ma anche più nobile, innovativa e di stimolo per le nuove generazioni che sentono oggi il peso di vincoli dai quali nella vita quotidiana sono già ampiamente liberi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PERCHÉ I COLOSSI DELLA SILICON VALLEY SONO LEADER INCONTRASTATI

La potenza di Apple, Google, Facebook, Microsoft, Amazon

Dai dati alle infrastrutture, il "monopolio" dei big della rete



di Claudia La Via

I giornali l'hanno già definita la rivincita della Silicon Valley sulla "Old Economy" del petrolio. Una chiave di lettura arrivata dopo la notizia che Facebook ha superato Exxon Mobil diventando così la quarta società al mondo per capitalizzazione di mercato. Il social network fondato da Mark Zuckerberg è in ottima compagnia, perché le prime tre società per valore di Borsa sono proprio le "colleghe" della Silicon Valley: Google - nel frattempo trasformata nella holding Alphabet - Apple e Microsoft. Nel mondo della finanza e nell'ecosistema hi-tech spesso si cercano a tutti i costi un vincitore e un perdente e i mercati, quando possono, accontentano. Solo per fare qualche esempio, un anno fa era Google a essere in difficoltà perché il suo business della pubblicità sembrava seriamente compromesso dall'ascesa di Facebook. Oggi i conti dell'azienda hanno dimostrato che invece è proprio la pubblicità ad aver portato maggiore ricchezza e solidità, permettendo al gruppo anche la libertà di sperimentare in nuovi settori, come quello delle auto che si guidano da sole e della robotica.

Adesso, e in pochi qualche tempo fa l'avrebbero detto, è Apple ad avere qualche problema: l'ultima trimestrale ha raccontato di numeri record, ma anche della prima e preoccupante battuta d'arresto nelle vendite dell'iPhone, finora una miniera d'oro per le casse dell'azienda. Apple è poi ingaggiata in una questione ancora più scottante: l'azienda guidata da Tim Cook si è infatti opposta alla decisione del giudice federale Usa che ha ordinato all'azienda di collaborare con l'Fbi e forzare (creando un software ad hoc) il codice criptato dell'iPhone5 dell'attentatore di San Bernardino che lo scorso dicembre uccise quattordici persone. Cook ha spiegato che la richiesta potrebbe creare «un precedente pericoloso». Il motivo, secondo la società di Cupertino, è semplice: dopo questo caso il governo americano potrebbe tornare a chiedere nuovi software con cui violare i dispositivi per nuovi casi. E la stessa richiesta potrebbe giungere anche da altri Paesi. Cina in testa. Nel frattempo Apple si è guadagnata il deciso appoggio dell'eterna rivale Google, entrambe pronte a mettere davanti a tutto il tema caldo della privacy. Le ripercussioni sul titolo Apple potrebbero arrivare a pioggia, ma soprattutto la vicenda potrebbe pesare anche sulle future vendite degli iPhone.

Intanto nell'ecosistema della Silicon Valley gli equilibri restano gli stessi. Ma nei prossimi mesi potrebbero cambiare ancora. Complici i fatti di "cronaca", certo, ma anche le dinamiche di predominio di altri colossi. Fra questi c'è Amazon. Non ha i numeri delle sue colleghe, certo, (ha un capitalizzazione di circa 250 miliardi di dollari), ma ha chiuso il 2015 con gli utili più alti di sempre e, nonostante i mercati si aspettassero di più, oggi Amazon può giocare alla pari con le altre grandi della Silicon Valley. Il punto, infatti, non è solo la capitalizzazione, anzi. Queste cinque aziende sono e saranno per i prossimi anni una garanzia per gli investitori, nonostante i loro alti e bassi. La ragione è semplice: sono sempre più grandi, sempre più radicate nel proprio settore e sempre più potenti e - soprattutto - sono quasi "isolate" da possibili rischi di attacchi della concorrenza. Il motivo? Sono oggi le cinque aziende hi-tech che detengono alcune delle principali "piattaforme" su cui gira l'intera economia della Silicon Valley e dell'alta tecnologia in genere. Microsoft con Windows è ancora la regina dei computer, Google comanda le ricerche sul



IMPENETRABILE. Il numero uno di Apple, Tim Cook, si è opposto alla richiesta Fbi di "violare" un iPhone. (Ansa)

web e, assieme ad Apple, controlla il settore "mobile" in virtù dei due principali sistemi operativi per smartphone oggi presenti sul mercato (Android e iOS) e le applicazioni che su questi sistemi girano. Con il braccio di ferro col governo Usa, inoltre, le due aziende hanno dimostrato di non lasciare spazio a "invasioni" dall'esterno. Facebook e Google controllano invece l'intero e super redditizio settore della pubblicità on line, mentre Amazon, Microsoft e ancora Google sono i

padroni dell'infrastruttura *cloud* di numerose aziende: le tre società, infatti, sono la piattaforma abilitante per molte realtà esistenti, e quella su cui sarebbero chiamate ad appoggiarsi anche nuove, future e potenzialmente "pericolose" startup concorrenti.

Non bastasse questo a convincere della supremazia della Silicon Valley si aggiunga il fatto che Amazon - con la sua infrastruttura capillare di distribuzione - sta diventando un punto di riferimento per il mondo del commercio retail e per i consumatori, sempre più spinti verso gli acquisti in Rete. Da semplice venditore di libri on line si è trasformato in un gigante dell'e-commerce e oggi non c'è un prodotto che non sia inserito dal negozio virtuale di Jeff Bezos. Facebook, invece, continua a guadagnare potere e credibilità grazie alla forza delle relazioni sociali che si intrecciano sul suo social. Molte di queste piattaforme sono capaci di generare quello che gli economisti chiamano "effetto network", ossia più gente usa uno strumento più esso diventa indispensabile. Una

CASO IPHONE

Tutti schierati con Tim Cook: la "porta" resta chiusa al Fbi

Strane alleanze. Ma quando si tratta di difendere la privacy dei propri clienti (e, insieme, la propria credibilità), i colossi della Silicon Valley si schierano tutti, compatti, sullo stesso fronte. Così ieri Sundar Pinchai, amministratore delegato di Google, è sceso in campo al fianco di Tim Cook, Ceo di Apple, sostenendo con forza la decisione della compagnia di Cupertino di non rispondere alle richieste di una "backdoor" per i suoi iPhone. O meglio, per "un" iPhone in particolare - quello di Syed Farook, l'attentatore della strage del 2 dicembre a San Bernardino, in California -, cosa che costituirebbe, però, secondo Apple, un pericoloso precedente. «Noi diamo accesso alle forze dell'ordine ai dati sulla base di ordini legali validi», ha ricordato il Ceo di Google. «Ma - ha sottolineato - è una cosa completamente diversa chiedere alle compagnie di rendere possibili azioni di hacking degli apparecchi». È poi arrivata la dura presa di dura posizione della Reform Government Surveillance (Rgs), associazione che include i maggiori colossi dell'economia digitale: Apple, Aol, Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Twitter. «Non si dovrebbe chiedere alle compagnie di costruire backdoor per violare tecnologie che tengono al sicuro le informazioni dei loro utenti. Le compagnie aderenti a Rgs restano impegnate a fornire alle autorità l'aiuto di cui hanno bisogno, ma proteggendo la sicurezza dei loro utenti e dei loro dati».

Sono in testa alle classifiche sulla capitalizzazione di Borsa, leader nel settore di riferimento, investono e sperimentano estendendo le proprie frontiere, controllano i "big data", ma soprattutto l'ossatura di internet. Un dominio (per ora) senza rivali

teoria presentata anche in un libro di prossima uscita scritto a sei mani dagli esperti americani sul tema Sangeet Paul Choudary, Marshall W. Van Alstyne e Geoffrey G. Parker: si intitola "Platform revolution" ("La rivoluzione della piattaforma") che spiega perché realtà come Google, Apple, Amazon, Microsoft e Facebook continueranno a dominare a lungo. Ad averle favorite in questi anni, spiegano gli autori, c'è anche la drastica riduzione dei costi delle infrastrutture tecnologiche, la maggiore connettività di rete e l'ascesa degli smartphone: tre cambiamenti che queste aziende sono state in grado di intercettare subito e di sfruttare a proprio vantaggio.

Per questa ragione le grandi della Silicon Valley sono oggi protette da attacchi esterni e sono anzi strumentali per la nascita di nuovi business. Che possono fortificarle più che abatterle. A questo si aggiunge la mole di informazioni che queste realtà gestiscono: i cosiddetti "big data", un ricco patrimonio informativo, ma anche economico, per le aziende. Ed è per questo che i cinque colossi della Silicon Valley possono oggi permettersi il lusso di sperimentare in campi apparentemente lontanissimi dal loro: dalla salute alla finanza, dall'automotive ai droni fino alla realtà virtuale. Sperimentazioni che possono rimanere tali o che, a volte, conducono queste aziende ad assumere un ruolo chiave anche in altri settori, come sta provando a fare Google con le auto che si guidano da sole. Sicuramente non diventerà un costruttore di automobili, ma il suo impegno nella ricerca è già una guida importante per l'intero settore e le "classiche" case automobilistiche hanno da tempo capito che non possono ignorarlo. E soprattutto c'è chi come Apple, nel negare qualsiasi apertura al governo Usa, ha già dimostrato la sua forza e il potere che il suo "patrimonio di dati" criptati porta con sé.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA



vite digitali

di Giglio Rancilio

Le star (giovani per i giovani) del Web

Dimenticatevi di Ligabue, Jovanotti o Laura Pausini. Le vere star (sul web) sono altre. La più importante e famosa ha 26 anni ed è seguita da oltre 40 milioni di persone. I suoi video sono stati visti oltre 10 miliardi di volte. Eppure la maggior parte degli adulti non sa chi sia. Si chiama Felix Arvid Ulf Kjellberg ma il suo nome d'arte è PewDiePie. Su YouTube, la piattaforma video più popolare del mondo, è una delle persone più famose. Fidanzzato con la vicentina Marzia Bisognin, anche lei famosissima sul "tubo" col nome di CutePieMarzia (ha più di 6 milioni di persone che la seguono), PewDiePie grazie ai suoi video spesso demenziali guadagna oltre 10 milioni di dollari. C'è chi la chiama Youtuber. E chi, più semplicemente, li definisce "creator". Sono le web-

star. Ragazze e ragazzi, spesso giovanissimi, diventati famosi (e a volte ricchi, molto ricchi) senza bisogno di tv, radio o giornali. La più ricca Youtuber del mondo arriva dal Brasile, ma nessuno sa chi sia. Ha aperto un canale dedicato ai giocattoli, dove pubblica video in cui appaiono solo le sue mani, mentre apre scatole di giochi, monta giocattoli e ci gioca. Tutto qui? Tutto qui. Il suo canale si chiama FunToyzCollector ma lei è diventata famosa come Disneycollector. Con quasi 10 miliardi di visualizzazioni e 6,5 milioni di iscritti, ha guadagnato oltre 13 milioni di dollari. Sul podio c'è anche Zoe Sugg, famosa come Zoella (patrimonio netto: 7,5 milioni di dollari). Ha 10 milioni di persone che seguono i suoi video dove dispensa consigli di bellezza e idee per arredare la casa. L'elenco delle

star del web è lunghissimo. Dal duo Smosh (22 milioni di abbonati) a Toby Turner (15 milioni di abbonati); da Ray William Johnson (seguito da 11 milioni di persone) a Jenna Marbles (che ha 16 milioni di abbonati). Come sono diventati ricchi è presto detto: da una parte guadagnano con la pubblicità che YouTube passa sui loro canali (e di cui hanno diritto a una percentuale), dall'altra con le sponsorizzazioni delle aziende dei settori ai quali si rivolgono (giocattoli, videogiochi, bellezza, arredamento...). Se pensate che sia un fenomeno solo straniero, avete sbagliato di grosso. A parte la vicentina CutePieMarzia, che deve la sua fama a video in inglese per il mercato estero, anche l'Italia ha le sue webstar. I più famosi si chiamano Faviji (vero nome: Lorenzo Ostuni, 20 anni), Greta Menchi (21 anni), Ste-

fano Lepri (sigla d'arte St3pNy, 22 anni), Anima (vero nome: Sascha Burci, 23 anni) e Salvatore Cinquegrana (19 anni). Il più giovane - fino a poco tempo fa - era Alberico De Giglio, 17 anni. Poi è arrivata la sorellina, Virginia De Giglio, che di anni ne ha soltanto 11. Se volete capire qualcosa di più degli Youtuber che non sono più solo un fenomeno ma una realtà, prendetevi del tempo e armatevi di pazienza. Quando vedrete alcuni dei loro video su YouTube, probabilmente rimarrete disorientati. Spesso sono fragili, vuoti, perfino grevi e sciocchi. Linguaggio e tecnologie a parte, in fondo non sono così diversi da molti ragazzini di ogni tempo. Solo che una volta la cosiddetta «stupidera» al massimo faceva guadagnare qualche rimprovero, ora frutta un sacco di soldi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA