

**Poell, T., Nieborg, D. B.,
Duffy, B. E. (2022).**
***Piattaforme digitali e produzione
culturale. Minimum Fax
di Caterina De Marzo***



La globalizzazione delle piattaforme digitali sta rivoluzionando il panorama della produzione culturale, generando cambiamenti significativi e sempre più spesso imprevedibili. Le tradizionali industrie dei media sono soggette a profonde trasformazioni e riconfigurazioni sostanziali, mentre emergono e si sviluppano nuove realtà

digitali, come lo streaming, gli influencer e il podcasting, con una velocità sorprendente. Questa trasformazione ha implicazioni complesse che influenzano profondamente la struttura e i modelli della produzione culturale (Castell 2011). Il libro "Piattaforme digitali e produzione culturale" di Thomas Poell (dell'Università di Amsterdam), David B. Nieborg (dell'Università di Toronto) e Brooke Erin Duffy (dell'Università di Amsterdam), rappresenta il frutto di un lavoro collettivo e collaborativo di studi e ricerche. Si propone di fornire un framework concettuale della trasformazione della cultura nel contesto delle piattaforme digitali. Le analisi e le ricerche presentate provengono da diverse aree geografiche quali Nord America, Europa, Sud-Est asiatico e Cina. Questo testo - ci dicono gli autori - non è solo il risultato di un processo di creazione, ma anche uno strumento formativo di cui sembra vogliano raccontarci ogni passo, azione, pensiero e riflessione. La prefazione, infatti,

assume le sfumature di un'auto-etnografia del loro processo di ricerca. Il lettore è informato minuziosamente di tutte le fasi che hanno caratterizzato il lavoro, a partire da quando ha avuto origine la domanda di ricerca. Apprendiamo, nell'introduzione, che l'intento generativo del testo è stato quello di definire un quadro concettuale per studiare ciò che essi definiscono "piattaformizzazione della produzione culturale".

Tuttavia - hanno deciso di ridefinire il progetto di ricerca, constatata la difficoltà di una simile impresa. Gli autori, rendendosi conto della complessità e delle varie sfaccettature che il tema richiede, hanno scelto di "operazionalizzare" la tematica attraverso tre lenti di indagine: gli studi sul software, l'economia politica critica e gli studi aziendali. Gli studi sul software ci forniscono un'analisi approfondita del funzionamento tecnico delle piattaforme digitali, esaminando in particolare il ruolo del design e delle funzionalità nel plasmare la produzione e la distribuzione dei contenuti culturali. L'economia politica critica, concentrandosi sulle

dinamiche di potere e sulle strutture economiche che regolano le piattaforme digitali, ci permette di comprendere questioni cruciali come la proprietà e le implicazioni economiche per i produttori culturali. Infine, gli studi aziendali ci offrono una prospettiva manageriale facendoci comprendere le pratiche di gestione delle piattaforme, evidenziando il loro impatto sulla produzione culturale e sulle relazioni di quelli che oggi chiamiamo content-creator. Queste prospettive, ben illustrate e complementari tra loro, permettono al lettore una visione quasi esaustiva della tematica affrontata.

Il libro è suddiviso in due parti. Questa scelta consente di immergersi progressivamente nelle diverse prospettive e analisi proposte favorendone una piena comprensione nonostante la complessità di contenuto. Le due parti sono denominate rispettivamente "Cambiamenti istituzionali" e "Pratiche culturali in evoluzione" e vengono introdotte da una eccelsa prefazione di Bressan, che delinea il contesto storico e concettuale in cui si colloca il libro, anticipando,

peraltro, i temi principali che saranno trattati nelle due parti. Egli, inizia la prefazione con un viaggio di confronto tra i Demotivational, proto-meme degli anni '90, di cui onestamente ne avevo solo un vago ricordo e i Successories, manifesti motivazionali aziendali, per poi finire con il descrivere il meme (concetto coniato da Richard Dawkins), la remix culture e la cultura partecipativa.

Tutti questi prodotti hanno aperto la strada a una produzione culturale libera di diffondersi e trasformarsi online. Oggi, l'aggettivo "libera" in riferimento alla produzione culturale, risulta quasi inap-proprio in quanto sappiamo bene che essa si è trasformata in una realtà sempre più commerciale, proprio a causa dell'avvento e della diffusione delle piattaforme digitali. Queste, inoltre stanno trasformando gli individui da consumatori passivi a produttori attivi di contenuti, in linea con la teoria della cultura partecipativa teorizzata da Henry Jenkins. Nell'era attuale - a mio avviso - siamo tutti produttori attivi di content. La nostra attività online è caratterizzata da like a foto o video, stories ai commenti,

tutto "cibo" per altri utenti e materia prima per le grandi aziende dei big tech. Terminata la prefazione, fa seguito la prima parte del libro, dove ritroviamo un'analisi dei rapporti di potere tra le piattaforme digitali e i produttori culturali, con un focus, che sembra voler essere un atto di denuncia, sulle dinamiche istituzionali. Attraverso casi studio specifici, infatti, vengono esaminati i cambiamenti strutturali e le strategie economiche che hanno trasformato i diversi settori delle industrie culturali. Nello specifico vengono analizzate le dinamiche di controllo, i modelli di business e le strategie economiche emergenti dell'industria dei videogiochi, delle news e dei social media. A proposito di videogiochi, viene citato il noto Zynga, che mi piace definire il "precursore dei social games". Zynga, infatti ha lanciato la Facebook Development Platform, integrando i suoi giochi nella piattaforma di Marck Zuckerberg. Zynga ha sfruttato con acume le relazioni sociali tra gli utenti, servendosi della dimensione ludica e della capacità della piattaforma di raccogliere dati per costruire un nuovo

modello di business. Il poker di Zynga, ci attestano gli autori è stato uno dei primi giochi disponibili su Facebook, segnando l'inizio dei social games. Zynga, ha altri de/meriti per cui va menzionato. Egli ha infatti adottato il modello di business freemium, generando ricavi tramite pubblicità e microtransazioni piuttosto che attraverso il pagamento di una tariffa di accesso. Attraverso oculate operazioni di data mining su larga scala ha ottimizzato il gameplay ai fini di identificare i giocatori disposti a pagare. Tuttavia, con l'aumento della popolarità di Zynga, Facebook ha iniziato a limitare la capacità della società di pubblicare contenuti sul feed degli utenti per ridurre le “notifiche fastidiose”. Nel 2012, Facebook ha interrotto la partnership con Zynga, segnando un declino per l'azienda. Questo esempio ci riporta a galla un tema affrontato dalla maggior parte delle industrie del settore dei games: bilanciare i benefici dell'esposizione attraverso piattaforme come Facebook con i rischi di dipendenza e perdita di controllo. In questa relazione di gioco di potere anche

le testate giornalistiche hanno avuto la loro parte. La loro adesione a queste piattaforme era quasi obbligata dalla necessità di raggiungere un vasto pubblico, ma comporta rischi significativi legati alle pratiche di moderazione, agli algoritmi di contenuto e ai modelli di compartecipazione alle entrate. Nel 2016, sempre Facebook ha lanciato Instant Articles, permettendo alle testate giornalistiche di ospitare articoli sui loro server. In cambio, le testate avrebbero ricevuto una quota degli introiti pubblicitari. Tuttavia, la perdita di controllo sul contenuto e i bassi ricavi hanno portato molte testate a ritirarsi dal programma. Bisogna tener presente che i content-creator sui social media dipendono dalle piattaforme per raggiungere il loro pubblico, ma utilizzano una varietà di strategie per generare reddito. La scelta di una piattaforma da parte dei content-creator dipende da alcuni indicatori quali la sua storia, le sue dimensioni, la composizione degli utenti e dalle pratiche di produzione offerte. Il fenomeno della digitalizzazione e quello di Internet ci hanno fornito diversi

strumenti per l'innovazione, ma, nonostante ciò, le piattaforme si configurano - ad oggi -, come mercati a più lati continuando a dominare dall'alto l'accesso ai mercati e alle infrastrutture. Insomma, che dire? ...un sistema regolato e gestito indisturbatamente dal Dio denaro!

Parlando di infrastrutture, gli autori le descrivono come fondamentali per sostenere le attività culturali online, in quanto forniscono agli operatori culturali le risorse necessarie per creare, distribuire, commercializzare e monetizzare i contenuti culturali.

Per citare qualche piattaforma comune a tale sistema, si menzionano i colossi che tutti conosciamo: Google, Amazon e Microsoft.

Un esempio emblematico del potere di queste piattaforme è dato dal caso Guardian, il quale ha esternalizzato il suo archivio digitale su Amazon Web Services, diventando così fortemente dipendente dalla infrastruttura. Per farci capire bene cosa sono e come funzionano queste infrastrutture, gli autori decidono di usare un linguaggio chiaro e a volte poco tecnico, ma molto

efficace. Ci spiegano che le infrastrutture delle piattaforme diventano visibili attraverso gateway come le API, che consentono agli sviluppatori di estendere le funzionalità delle piattaforme stesse. Per fare un esempio pratico: le API consentono di condividere contenuti su Facebook, arricchendo la piattaforma con ulteriori dati e funzionalità. Inoltre, grazie ad esse, vengono messe a disposizione dei professionisti culturali risorse come i termini di servizio, i manuali e i video, che forniscono istruzioni sulle piattaforme ma offrono un certo grado di controllo sui content creator. Questo controllo non viene visto di buon occhio da Poell, Nieborg e Duffy, che sottolineano come le piattaforme, gestite da entità private, in qualche modo esercitano forme di mobbing invisibile agli operatori culturali, soggetti alle mutevoli politiche e alle decisioni aziendali delle stesse piattaforme.

Un altro tema interessante, che caratterizza la prima parte di questo testo, è quello della governance nel rapporto tra piattaforme digitali e produzione culturale.

Tale tema viene affrontato sotto due prospettive chiave. Inizialmente, si affronta la governance delle stesse piattaforme, la quale, come apprendiamo è soggetta a regolamentazioni stabilite dalle istituzioni pubbliche e varia notevolmente da stato a stato. A tal proposito si mette a confronto la Cina e gli Stati Uniti, i quali adottano approcci radicalmente differenti: mentre in Cina vi è un rigoroso controllo sui contenuti illegali, negli Stati Uniti le piattaforme operano in un contesto di ampia immunità legale.

Successivamente, gli autori esaminano la governance delle piattaforme in merito ai contenuti, suddividendo tale processo in tre pratiche fondamentali: regolamentazione, cura e moderazione dei contenuti. Tuttavia, direi che queste ultime due pratiche in particolare, sono caratterizzate oggi dell'opacità. Passiamo alla seconda parte denominata "Pratiche culturali in evoluzione".

Vengono esplorati gli impatti dei cambiamenti istituzionali sul lavoro e sulla creatività nel contesto delle piattaforme digitali. Ad aprire il tema è lo studio di caso di Emma Chamberlain,

esempio emblematico del complesso mondo del personal branding tra i creator di contenuti digitali. L'esempio mira a mettere in luce come i creator indipendenti non solo si dedicano alla creazione di contenuti, ma investono anche considerevoli sforzi di alta immaginazione o disinformazione - vedi caso Ferragni- nella promozione e nella gestione della propria immagine pubblica su diverse piattaforme. Tuttavia, nonostante gli sforzi e l'investimento in termini di tempo, si sottolinea che solo una piccola minoranza di creator riesce a ottenere un reddito sufficiente per sostentarsi, mentre la maggior parte lotta per ottenere successo commerciale.

Da pedagogista, mi sento di accendere un riflettore sul fenomeno del personal branding, perché se da un lato può essere un'opportunità per esprimere la propria creatività come affermano in molti, dall'altro può anche creare distorsioni tra l'immagine proiettata e la realtà personale. Bisognerebbe riflettere, non poco, su questo tema, figlio dei giorni nostri. Forse sarebbe utile cercare di adottare un approccio equilibrato al

fenomeno, che consideri la coerenza e l'integrità tra la rappresentazione di sé online e la propria autenticità, al fine di promuovere una riflessione critica sull'immagine che si desidera proiettare e sulle motivazioni reali che la guidano. Inoltre, bisognerebbe promuovere una consapevolezza dell'impatto che tale immagine può avere sul proprio benessere psicologico e sulle relazioni interpersonali creando un bilanciamento delle nostre molteplici interazioni con la realtà sociale (Erikson, 1968).

Del personal branding, gli autori trattano ogni aspetto. Quello che trovo più interessante in questo contesto è il concetto di precarietà che questa forma imprenditoriale può portare con sé. La precarietà, di cui parlano gli autori, non riguarda solo l'occupazione, ma si estende anche alla stessa stabilità delle piattaforme su cui si basa. A questa riflessione seguono altre di pari importanza, tra cui quella sull'accessibilità delle piattaforme. Gli autori ci invitano ad aprire gli occhi su tali dinamiche affermando che spesso le piattaforme che si professano accessibili

in realtà sono quelle che rafforzano l'ineguaglianza.

Una particolare attenzione, verso la fine della seconda parte, è dedicata alle tensioni e alle sfide che i lavoratori culturali sperimentano. Si analizzano, a tal proposito, le dinamiche che rendono alcuni lavori più visibili e valorizzati di altri, all'interno del circuito platformizzato con particolare riferimento alle disparità di genere e di riconoscimento sociale.

In ultima istanza in Piattaforme Digitali e Produzione Culturale si affronta la tematica della democratizzazione, un obiettivo che sembra sempre "più complicato via via che le piattaforme diventano più centrali". Per pratiche democratiche nel testo si intendono tutte quelle pratiche "di partecipazione dei produttori culturali alla vita pubblica" (p. 315). Gli autori delineano quattro requisiti fondamentali per raggiungere l'ideale democratico nelle piattaforme culturali, sottolineando che tali obiettivi sono ancora lontani e potrebbero essere difficili da realizzare. Il primo requisito riguarda un accesso equo ai mezzi di creazione e distribuzione dei contenuti.

Il secondo consiste nell'accogliere la diversità delle culture di produzione, contrastando così la prospettiva di una monocultura diffusa, in contrasto con il lavoro di cura e moderazione. Il terzo requisito affrontato riguarda la necessità di proteggere i produttori culturali da possibili danni durante la creazione dei contenuti, un'area che rimane distante dalla realtà in presenza di casi di molestie e abusi. Infine, il quarto e ultimo requisito democratico è l'affidabilità dei contenuti promossi dall'industria culturale.

In conclusione, Poell, Nieborg e Duffy hanno dato al dibattito odierno su tali temi un eccezionale contributo. Gli autori hanno creato una sorta di *The brain maps* che aiuta chiunque a capire, passo dopo passo, l'impatto straordinario che le piattaforme stanno avendo sulla produzione culturale e sulla creatività, il lavoro e la democrazia. Nelle pagine che ho letto, ho trovato un tentativo ben riuscito di rispondere a domande fondamentali della nostra epoca, come anticipato da Bressan nella prefazione. Queste domande riguardano il ruolo delle piattaforme digitali nell'era

attuale e sono: quali contenuti e servizi possono essere prodotti, distribuiti e monetizzati? Quali contenuti culturali ottengono maggior successo e visibilità? Come possiamo garantire la sostenibilità della produzione culturale? E come possiamo controllare le forze che guidano queste piattaforme? Quali impatti hanno sul panorama dell'espressione e quali sono le conseguenze sulla democrazia e sulla distribuzione del potere? Sono questioni profonde ancora aperte a possibili esplorazioni, per le quali non esistono risposte semplici. Il lavoro degli autori suscita interrogativi cruciali, tra cui uno che ritengo di primaria importanza: quali strumenti sono disponibili per riconferire dignità alla forza creativa che alimenta l'intera filiera culturale? Partendo dall'ambizioso sforzo degli autori nel gettare le fondamenta di un apparato concettuale destinato a plasmare il futuro non solo dei ricercatori, ma di tutti coloro coinvolti nel settore, è imperativo rispondere a questa domanda fondamentale.