

Relazione finale I° anno

XXXVIII° ciclo

Curriculum: Sociologia

Tutor: Emanuela Abbatecola

Dottoranda: Valentina De Nevi

Inizialmente il progetto di ricerca intendeva indagare il capitalismo delle piattaforme e il conseguente processo di “piattaformizzazione” del lavoro mediato dalle stesse con un focus sul settore del *food delivery*, che vede come protagonisti di questo tipo di lavoro, e delle conseguenti rivendicazioni sindacali, i cosiddetti *rider*. Data la cospicua ricerca e letteratura nata nell’ultimo decennio sul settore appena citato, il progetto di ricerca è stato ridefinito con l’intenzione di continuare a indagare il mondo del capitalismo digitale spostando però il suo baricentro su un settore molto diverso e in rapida crescita che si inserisce nell’ambito del welfare sussidiario e della cura, nella fattispecie dei servizi di supporto psicologico online. La decisione è maturata e ha trovato riscontro positivo durante il convegno Sisecc svoltosi a Catania tra il 19 e il 20 maggio a cui ho partecipato con l’intervento dal titolo “*Logging in and out the platform. Pratiche informali di solidarietà tra rider contro il management algoritmico del lavoro.*”, in cui ho avuto modo di confrontarmi con colleghe e colleghi a proposito di questo nuovo interesse. Qui sono venuta a conoscenza del gruppo di ricerca e del progetto “Weplat. Welfare Systems in the Age of Platforms”¹ della professoressa Ivana Pais che si propone tre obiettivi, ossia mappare e monitorare le varie piattaforme di welfare data la rapida evoluzione del fenomeno e l’emergere di nuovi bisogni sociali alla luce delle disuguaglianze sociali; individuare le variabili organizzative e di servizio caratterizzanti i diversi modelli di piattaforma di welfare; e infine la co-progettazione di piattaforme di welfare che rispondano ai bisogni di utenti, provider e policy makers. I primi risultati di questa mappatura hanno permesso al gruppo di ricerca di ricondurre le piattaforme a tre gruppi: *piattaforme di welfare aziendale*, con accesso chiuso ai soli dipendenti di aziende che hanno stipulato una convenzione con il relativo provider di servizi; *piattaforme di welfare territoriale*, a cui accedono utenti dei servizi sociali o cittadini che usufruiscono a pagamento di servizi erogati da enti del terzo settore accreditati dall’amministrazione locale; *piattaforme di welfare digitale* che offrono ai cittadini un servizio *on-demand*, spesso erogato direttamente online. Le piattaforme di cui intendo occuparmi appartengono a quest’ultimo gruppo anche se, come affermato da Pais, che parla di una mancata “uberizzazione”² delle piattaforme di

¹ <https://www.weplat.it/>

² Come accaduto in passato, si individuavano modelli organizzativi in una determinata azienda: Ford per l’organizzazione scientifica del lavoro, Toyota per la produzione snella, Nike per la delocalizzazione e le catene del valore, McDonald per

welfare, tali aziende presentano molti tratti di ibridazione. Avendo come traccia l'impianto teorico di tale progetto e seguendo il *fil rouge* della mia monografia³ sul lavoro dei rider, vorrei dapprima individuare le principali *startup* di servizi di psicologia online che si stanno affermando in Italia, che allo stato attuale possono essere rintracciate in un Unobravo, Serenis e TerapySide. Saranno analizzate differenze e punti di contatto, ma soprattutto vorrei mantenere l'analisi delle interfacce delle applicazioni mobili di cui queste aziende si dotano come già fatto in passato, in quanto trovo interessante il linguaggio utilizzato dalle piattaforme che, per quanto riguarda il settore del *food delivery*, si è spesso dimostrato mistificatore (dal *loggarsi* utilizzato per non dire "iniziare un turno", all'offrire la propria "disponibilità" anziché dire selezionare un "turno", fino alla definizione di collaboratore al fine di occultare il rapporto di lavoro, e così via). Inoltre, l'analisi delle interfacce permette di poter accedere ai due diversi tipi di utenti della piattaforma, individuabili nell'Utente-Cliente/Paziente e nell'Utente-Professionista, che all'interno di questo ecosistema digitale sono abbinati attraverso un sistema di *matching*. In seguito alla compilazione di un questionario online, il paziente viene infatti affidato al professionista ritenuto più adatto alle esigenze espresse. Nel caso del *food delivery* riuscire a intercettare una platea così ampia come quella del consumatore di questi tipo di servizio non era stato possibile; pertanto, la ricerca è stata svolta soprattutto a partire dall'analisi delle strategie di *engagement* dei consumatori. In questo caso la platea è sicuramente più facile da individuare e auspicabilmente da intercettare; pertanto, inizierei ipoteticamente da un sondaggio online e in seguito, in base al riscontro ottenuto, sarebbe per me interessante riuscire a fare alcune interviste semi-strutturate ai pazienti⁴. Nel caso questa via non risultasse praticabile, potrei affidarmi agli studi sui *digital methods*⁵, a cui sono stata introdotta sia a livello teorico che a livello pratico con alcuni esempi applicati e lavori di gruppo durante la *Summer School "Digital Methods for Critical Consumer Studies. Exploring the nexus among surveillance capitalism, consumer culture and social*

la razionalizzazione del lavoro nella società globalizzata e così via. Così è stato fatto anche per le piattaforme di lavoro e l'azienda di riferimento è stata individuata in Uber. Pertanto, con il termine *uberizzazione* si fa riferimento al fatto che la logica organizzativa introdotta da Uber sia stata replicata da aziende piattaforma in altri settori e che potrebbe essere adottata anche da aziende non basate su piattaforma. Le caratteristiche principali delle piattaforme possono essere così riassunte: le piattaforme si basano su finanziamenti di rischio (*venture capital*) che mirano a creare economie di scala che permettano loro di raggiungere posizioni di monopolio o oligopolio; l'autorità delle piattaforme si fonda su un nuovo regime di controllo manageriale, il cosiddetto management di tipo algoritmico e infine le piattaforme costruiscono la propria strategia sulla base di un processo di infrastrutturazione, che consente il *matching* tra domanda e offerta. Dalla mappatura effettuata da Pais e il suo gruppo di ricerca, è emerso un dato significativo che allontana le piattaforme di welfare dalla logica standard di piattaforma, ossia la mancata valorizzazione commerciale dei dati. Questo fatto dipende dalle specificità del settore, in particolare rispetto ai dati sanitari, che in Europa sono soggetti a protezione. Inoltre, anche sono poche le piattaforme che si ispirano al modello piattaforma rappresentato da Uber e anche in questi casi si registra una forte ibridazione tra questa logica istituzionale e quelle tradizionali: gerarchia, mercato e rete.

³ V. De Nevi, *Uneasy rider. La storia nascosta del food delivery*, Bari, Novalogos, 2022.

⁴ Data la delicatezza del tema oggetto dell'indagine, ossia la salute mentale, sono consapevole delle possibili resistenze che potrei incontrare da parte degli intervistati per comprensibili motivi di pudore associati a un tema ancora soggetto a forti tabù.

⁵ A. Caliendo, A. Gandini, *I metodi digitali nella ricerca sociale*, Roma, Carocci editore, 2019.

media” dal 24 al 28 di luglio a Como. Tra le diverse metodologie proposte particolarmente utile allo scopo potrebbe essere la “*digital content analysis*”, ossia l’analisi dei contenuti testuali ma anche visuali che possono essere estrapolati a partire dalle pagine dei social network di cui queste piattaforme si servono per promuovere i propri servizi e per fare divulgazione in merito alla salute mentale e alla decostruzione dei tabù ad essa connessi. Questo tipo di lavoro unito all’analisi delle interazioni degli utenti dei social network attraverso i commenti o gli hashtag più ricorrenti restituisce elementi utili a un’etnografia digitale, da cui possono essere ricavate narrazioni, scenari e immaginari a cui si rifanno ora gli utenti ora le piattaforme e i professionisti che attraverso le stesse lavorano.

Per quanto riguarda l’Utente-Professionista, vorrei comprendere le modalità di accesso al lavoro e l’organizzazione del lavoro mediato da piattaforma che dai primi risultati di Pais sembra essere caratterizzata da una forte gestione piramidale, che la distinguerebbe dall’impersonale e invisibile gestione algoritmica cifra del *food delivery* e principale imputata delle rivendicazioni sindacali. Nel caso delle piattaforme di welfare digitale erogatrici di servizi online di psicologia, trattandosi di terapisti e terapeuti iscritti a un ordine essi, in linea teorica, dovrebbero essere meno esposti all’assenza di tutele che ha caratterizzato il lavoro all’interno della *gig economy*. Resta, tuttavia, un’ipotesi da verificare in quanto si tratta comunque di professionisti autonomi sottoposti a un regime di partita Iva e soprattutto di giovani professionisti che si stanno affacciando al mondo del lavoro e che spesso non hanno la possibilità di aprire uno studio in proprio. È, infatti, sulla scorta della pandemia, che ha sdoganato l’utilizzo, ad esempio, delle videochiamate divenute unica alternativa alle attività in presenza non praticabili a causa delle restrizioni imposte dal lockdown; e a partire ancora una volta da promesse di comodità, flessibilità e vantaggio economico (in questo caso sia lato paziente che lato professionista) che nascono le piattaforme di servizi di psicologia online. Pertanto, è solo attraverso interviste semi-strutturate agli interessati che si potrà capire se vi sia una reale flessibilità o non si rischi invece una reperibilità continua e se il vantaggio economico sia reale o se sia il risultato di intense giornate lavorative.

L’impianto generale della ricerca intende muoversi seguendo questi due binari, concentrandosi in particolare su tre aspetti: dal punto di vista della pratica terapeutica e del paziente, qual è l’impatto del setting digitale, essendo stato il tema del setting a lungo dibattuto nel mondo della psicologia? Per quanto riguarda la professione di terapeuta che si affida alla piattaforma per poter lavorare e quindi essere messo in contatto con pazienti, qual è la probabilità che la piattaforma si utilizzi per il tempo necessario a “farsi un nome” date le ingenti spese che un giovane terapeuta deve sostenere all’inizio della propria carriera e/o che la piattaforma si configuri come l’unica alternativa percorribile da parte di professionisti che si trovano ad affrontare condizioni lavorative precarie determinate anche da un certo pregiudizio culturale verso la professione, che nel tentativo in atto di essere resa fruibile rischia

di essere banalizzata? Infine, in che misura le piattaforme di welfare digitale che, pur ponendosi il problema dell'accessibilità alla terapia, stanno attuando di fatto una privatizzazione del welfare, possono essere d'ostacolo alla pubblicizzazione della pratica psicologica, dato che si sta creando un mercato a partire delle carenze strutturali del sistema sanitario nazionale?

Attività svolte.

- Convegno Giovani Sisecc, “Il lavoro nel capitalismo contemporaneo: categorie, problemi, prospettive”, presso Palazzo Pedagoggi, Catania, il 19/20 maggio 2023. Il convegno è stato per l'occasione per muovere i primi passi nel contesto accademico nazionale e per confrontarmi con colleghi e colleghe sui temi che intendo affrontare in futuro.
- *Summer School “Digital Methods for Critical Consumer Studies”*, presso Villa del Grumello, Como, dal 24 luglio al 28 luglio 2023. La Summer School ha rappresentato un'opportunità formativa importante che mi ha introdotto allo studio sui metodi digitali che mi saranno utili ad arricchire la metodologia che intendo adottare nella mia ricerca.