

Presentiamo una recensione di un testo sul classismo digitale, perché riteniamo focale nel nostro percorso sviluppare strumenti di comprensione e critica degli strumenti digitali che pervadono sempre di più il nostro mondo, e riteniamo indispensabile farlo da un punto di vista di classe e genere. L'articolo di questa settimana è tratto dalla newsletter femminista Guinea.

Le curatrici

Classismo digitale di Martina Micciché e Saverio Nichetti (Eris Edizioni, 2026)

di Federica Arenare

Internet venne annunciato poco più di trent'anni fa come un nuovo spazio di democrazia, un'infrastruttura decentralizzata e aperta, l'utopia del sapere accessibile, della condivisione, dell'orizzontalità. Oggi, più che piazze piene di tavoli da bar o parchi di intrattenimento, gli spazi che abitiamo online somigliano molto più a dei labirinti commerciali in costante rinnovamento, pieni di nicchie per accedere a tunnel che ci portano lontano, circondati solo da cartelloni che illustrano le novità sulle nostre nuove passioni, l'ultimo commento sulla notizia del momento, l'indiscrezione clickbait sul personaggio che non possiamo smettere di stalkere, etc.

Leggo il nuovo saggio di Micciché e Nichetti e mi sento capita nella frustrazione che provo, ogni giorno, mentre rotolo nel loop dello scrolling di Instagram, combattuta tra il salvataggio di una notizia con cui posso aggiornare i casi studio delle mie slide e il desiderio di cancellare l'app dal telefono, consapevole che quell'interfaccia sia disegnata per essere ben più ingannevole della tana del Bianconiglio.

Per lavoro faccio formazione all'uso delle tecnologie per l'informazione e la didattica, più raramente mi capita di incrociare i miei studi in semiotica a quelli sui dati, per fare analisi quali-quantitative sulle conversazioni che vengono condivise sui social su diversi temi. Durante l'ultima conferenza stampa a cui ho partecipato presentavamo un report che analizzava la correlazione tra psichiatrizzazione e povertà economica. Illustrando alcune tesi emerse, mi sono sentita di specificare quanto sia diventato necessario andare oltre la narrazione dei social network come spazi orizzontali, creati per fare incontrare le persone. Possono esserlo, ovviamente, ma è ormai fondamentale considerare i social, innanzitutto, come spazi digitali privati, finalizzati a fare business, soldi. Punto. Mi ha stupita il numero di feedback ricevuti durante e dopo quell'intervento, non tanto perché le persone fossero stupite o sentissero che avessi scoperto nulla di nuovo, ma perché a quanto pare avevo sintetizzato un loro sentire, qualcosa che percepivano, ma che forse non riuscivano semplicemente a mettere bene a fuoco. Come spesso accade, le cose con cui facciamo esperienza - anche fin troppo - diretta e prolungata nel tempo, diventano invisibili, scontate, scomparendo anche davanti al nostro spirito critico. *Classismo digitale* mette nero su bianco proprio tutte quelle - più o meno sottili - dinamiche di potere, strategie

economico-sociali – dal marketing più becero a quello più spaventosamente istituzionalizzato –, che spesso finiscono per diventare trasparenti nel loop continuo dello scrolling sui nostri schermi.

L'illusione dell'ascensore, della possibile scalata sociale, così ben venduta all'occidente bianco, continua ad essere propinata con e attraverso i social.

Nel mondo digitale l'illusione è che chiunque possa tutto. Bastano la giusta luce, i giusti hashtag, i giusti accorgimenti e un'idea vincente. Il mito della possibilità, il paese dei balocchi, la gloria a portata di schermo (p. 8).

Miccichè e Nichetti parlano di classismo digitale proprio per identificare come lo stesso sistema di classe si riproduca online, favorendo il potere economico, sociale, mediale e politico di ristretti gruppi di persone, a spese delle classi subordinate. Non si tratta solo di posizionare la pulsantiera dell'ascensore tanto in alto da renderla inutilizzabile per la maggior parte della popolazione ma l'accesso stesso alla rete è un fattore discriminante: con 2,8 miliardi di persone ancora escluse da internet, il digital divide si intreccia fedelmente alle diseguaglianze di reddito e geografiche.

Partendo dall'analisi delle identità che si sviluppano – o possono essere costruite – online, il saggio mostra come queste finiscano necessariamente per seguire i pattern di comportamento abilitati dalle interfacce delle diverse piattaforme. Creator, influencer, attivista, lurker, divulgator*, giornalista, testata, politic*, a prescindere da chi tu sia, dovrai stare alle regole dello spazio che ti ospita, regole detenute dalla forma che la black box algoritmica avrà per un non meglio specificato lasso di tempo, fino al prossimo aggiornamento dell'app, o fino al prossimo genocidio da oscurare. Perché le regole non definiscono solo quale forma di contenuto è meglio postare – reel, storia, no link esterni, sì box per l'interazione, e così via – ma anche cosa si può postare e cosa no, pena lo shadowban.

Come in ogni regime performativo che si rispetti, il sistema opera una tassonomia dell'identità digitale che premia il privilegio – bianco, patriarcale, cisgender, neurotipico e abile – e spinge sistematicamente le voci marginalizzate verso le “periferie digitali”.

L* autor* utilizzano la metafora della “corte digitale” per descrivere una sorta di organigramma della gerarchia che si viene a creare: alla base si trova il popolo digitale, la massa di utenti mercificata, ridotta a pura metrica e scambiata come asset commerciale. Gli utenti che non pagano le piattaforme ne diventano il prodotto attraverso i dati di tracciamento della loro vita online. Dati che vengono raccolti, analizzati e venduti senza che l'utente ne sia veramente consapevole, attraverso quelli che Zuboff nel suo *Il capitalismo della sorveglianza* (2019) definisce infatti “non-contratti”. Salendo verso il sistema di “Versailles digitali” si trovano i “profili monarca”, influencer e creator che detengono il potere di “investire” altri profili di visibilità, estraendo valore dal tempo dei propri seguaci. Per poi arrivare a chi il potere lo detiene davvero: gli “imperatori”, i vertici delle megacorp del tech che possiedono le infrastrutture stesse del nostro vivere sociale, trasformando i dati in una nuova forma di divinazione e controllo politico. Rispetto alle altre fasce della piramide, qua risiedono così poche persone da poterle nominare, come fanno Miccichè e Nichetti: Mark Zuckerberg, Jeff Bezos, Sundar Pichai, Elon Musk, Peter Thiel, Tim Cook,

Sergey Brin, Shou Zi Chew, Sam Altman. Tutti uomini, tutti ricchi. Jonathan Taplin, nel suo *The end of reality*, li chiama i “tecnocrati”, in riconoscimento dell’influenza del movimento tecnocratico fondato negli anni ‘30 dal nonno di Elon Musk, Joshua Haldeman. Grazie alla narrazione del progresso tecnologico, l’oligopolio che questi uomini detengono sta permettendo loro di definire l’andamento politico ed economico occidentale, costituendo una sorta di consiglio d’amministrazione interconnesso della Silicon Valley, in cui ciascuno investe nelle aziende degli altri o siede nei loro consigli direttivi, così come nelle istituzioni. Se l’analisi di ciò che è il digitale produce uno scenario distopico, il testo riesce a rivolgersi anche a ciò che può essere. Le classi subordinate sono portate a frequentare spazi – digitali e non – di proprietà altrui, in cui l’agire ha un fine ultimo veicolato, condizionato, prestabilito. Ma, da sempre, ogni regola è fatta per essere infranta, ogni strategia può essere hackerata, ogni percorso ripensato. Il cambio di prospettiva illustrato nel testo mi ha fatto pensare ai molti altri libri che per fortuna stanno iniziando ad abitare gli scaffali delle librerie che illuminano questa prospettiva. Volumi che mostrano come dispositivi e piattaforme possono e devono essere analizzati come strumenti del potere, ma cambiano aspetto e scopo, molto spesso, nelle mani di chi li utilizza.

Le pratiche di interazione con e negli spazi digitali mostrano come, molto spesso, più o meno consapevolmente, gli utenti si comportano in modo tutt’altro che subordinato, prevedibile e ubbidiente. Attraverso l’esperienza possiamo piegare a nostro vantaggio le possibilità offerte dalle interfacce, le regole imposte dagli algoritmi. Così come i “gig worker” delle aziende di consegna a domicilio raccontati in *Algoritmi per resistere* (2025) di Tiziano Bonini e Emiliano Treré, che si coalizzano per piegare il sistema prescrittivo degli algoritmi delle piattaforme per cui lavorano. Se da soli possono poco, non informati delle regole, ridotti a interagire solo con un’app installata sul proprio smartphone dal momento dell’assunzione (creazione dell’account e login) a quello di un possibile licenziamento (l’account ti viene cancellato, logout, finita), insieme possono dividerne le strategie, i pattern, ed individuare tattiche per sovvertire il sistema dall’interno.

Si tratta di dare nuova luce alle micropolitiche di resistenza, azioni silenziose ma concrete, modalità spesso spontanee di comportamento che le persone mettono in atto per sfuggire a un controllo imposto dall’alto, per testare forme di espressione e autonomia; insieme, possono dare vita a forme cooperative di lotta quotidiana contro il potere, anche tecnologico.

Artist* e activist* dallo scorso secolo in avanti hanno sperimentato l’uso anarchico, imprevisto e politico delle tecnologie, come raccontato da Valentina Tanni in *Antimacchine. Mancare di rispetto alla tecnologia* (2025). Qui vengono raccontati numerosi movimenti, esempi, casi studio, in cui la tecnologia viene usata in modo improprio, sbagliato, non-utile e, quindi di nuovo, molto politico.

Quello che rende il *misuse* importante è l’implicita desacralizzazione che opera. Profanando i prodotti del progresso, possiamo sottrarci, seppur momentaneamente, al protocollo implicito che li governa. Dobbiamo mancare di rispetto alla tecnologia perché è esattamente il contrario di quello che il marketing delle aziende ci chiede di fare, ossia venerarla, temerla e caricarla di valori e significati che non ha e che può essere molto

pericoloso attribuirle (p. 87).

Miccichè e Nichetti chiudono il testo senza proporre illusorie soluzioni individuali, ma provando a illuminare percorsi di hackeraggio collettivo del sistema attraverso l'uso di piattaforme open source, il rifiuto delle metriche di performance, la creazione di reti di sorellanza, reciprocità e supporto; è possibile erodere il potere centralizzato e rivendicare uno spazio digitale che sia davvero pubblico e liberatorio. *Classismo digitale* è una chiamata alla consapevolezza: un invito a "sloggarci" dalle dinamiche di mercato per tornare a essere soggetti, e non merci, della nostra storia.

Federica Arenare è nata a Como, con origini del Sud; ballerina di danza classica per vent'anni, puoi trovarla sotto cassa a un festival techno; ha lavorato nel marketing ed è una fervente critica del capitalismo. Convinta che il binarismo sia un codice ideale solo per le macchine, coglie la bellezza dell'essere umano nelle sfumature. Per lavoro e interesse fa formazione, scrive e fa ricerca sulle modalità con cui l'informazione viene veicolata da Intelligenza Artificiale, big data e social media.