

# Espandere la comunità d'uso: nuovi prodotti collaborativi e il concetto marxiano di valore

Alberto Cammozzo  
10/03/07

Il *free software* è codice per calcolatore distribuito (non necessariamente in modo gratuito) per essere modificato e adattato da chiunque voglia. Questo paradigma non riguarda solo il software, ma un filone sempre più consolidato di produzione collaborativa distribuita: Wikipedia<sup>1</sup>, la produzione di testi, audio e video digitali<sup>2</sup>, gli stessi motori di ricerca. Pare difficile collocare nel contesto della teoria marxiana del valore questi prodotti: una molteplicità di soggetti producono per sé e per una utilità sociale qualcosa che è difficile classificare come merce secondo Marx, ma che ha indubbiamente un valore, sia d'uso che di scambio. Si tratta di un nuovo modo di produrre o solo una nuova pelle per una vecchia cerimonia?

Nelle prime pagine del Capitale Marx distingue in modo netto la differenza tra valore d'uso e di scambio:

*Una cosa può essere un valor d'uso senza essere un valore di scambio. Basta per ciò che sia utile all'uomo senza derivare dal lavoro di lui. Tali sono l'aria, le praterie naturali, un suolo vergine, ecc. Una cosa può essere utile ed anche risultare dal lavoro dell'uomo senza essere merce. Chiunque col lavoro delle proprie mani provvede al soddisfacimento di propri bisogni, crea soltanto valori d'uso personali. Per produrre merci, egli deve produrre non solo valori d'uso in genere, ma valori d'uso per gli altri, valori d'uso sociali.<sup>3</sup>*

Poco oltre, parlando della divisione sociale del lavoro, precisa che essa è condizione necessaria ma non sufficiente perché vi sia produzione di merci. Fa l'esempio: *nel vecchio comune indiano il lavoro è socialmente diviso, senza che per questo i prodotti divengano merci.<sup>4</sup>*

In definitiva, se vi è lavoro, questo può avere valor d'uso (esser utile) senza che abbia valore di scambio (condizione questa per essere definita merce) solo se il frutto del lavoro non è utile ad altri che colui (o coloro) che lo producono. Quale tipo di rapporto sociale deve instaurarsi per consentire che il bene sia fruito dalla collettività pur evitando che abbia luogo lo scambio e quindi la trasformazione del bene prodotto in merce? Quali caratteristiche deve avere questa comunità? In prima battuta non è chiaro nemmeno che collocazione possa avere il lavoro domestico in questa classificazione così netta: o si ammette all'interno della famiglia, oltre alla divisione del lavoro, anche lo scambio, o

1 <http://www.wikipedia.org>

2 L'insieme viene spesso denominato "web 2.0" per indicare una nuova generazione della rete. si veda: Tim O'Reilly, *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, 2005. <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228>

3 K.Marx, *Il Capitale*, 1867. volume primo. Ristampa prima ed. italiana, UTET Torino 1948. p. 16

4 K.Marx, *Il Capitale*, p. 17

questo è privo di valore. Ma poco oltre Marx precisa:

*Questa scissione del prodotto del lavoro in oggetto utile ed oggetto di valore si allarga nella pratica non appena lo scambio acquista sufficiente estensione ed importanza, perché tali oggetti utili siano prodotti con l'intento di scambiarli, sicché il carattere di valore di codesti oggetti è già preso in considerazione nel momento in cui vengono prodotti.*<sup>5</sup>

Marx sembra quindi ampliare la precedente categorica distinzione con un *continuum* tra uso e scambio sul quale il prodotto trova collocazione a seconda di due parametri: l'*uso prevalente* e l'*intenzione* di chi lo produce.

Questa precisazione può aiutarci a spiegare il lavoro domestico, in cui il prodotto viene usato sotto gli occhi di chi lo produce, che può (sperabilmente) far valere costantemente la sua intenzione. Più difficile applicarlo a un prodotto (come software, audio, video,...) la cui agevole replicazione e distribuzione sottrae il possibile effettivo uso dal controllo di chi lo ha effettivamente prodotto. Tuttavia per far valere l'intenzione esiste appunto la licenza d'uso, che nel caso del free software (ma anche delle licenze *creative commons*<sup>6</sup>) ribadisce, attraverso la libertà di modificarlo, il possibile *uso personale* del bene, anche limitando il suo valore di scambio (è quanto avviene con le clausole *non-commercial*). Quello che risulta impossibile determinare è l'uso prevalente, essendo la diffusione completamente sottratta dal controllo del produttore.

In che modo dunque questa famiglia di beni prodotti con l'intenzione di essere destinati all'uso personale di una collettività può rientrare nella teoria marxiana? Viene prodotto inizialmente per uso personale e distribuito ad una collettività che sempre per sé lo adatta, estende e modifica. Il valore aumenta con l'accumulazione di lavoro e la sua divisione, senza però che vi sia necessariamente scambio. Con la sua diffusione cambia l'estensione della parola "personale" e di quanti individui cadono sotto il suo ombrello. Il rapporto sociale si instaura, con la costruzione di una *community* attorno al software-prodotto, perché possa essere mantenuto il vincolo personale tra prodotto e utente-lavoratore. Il problema a questo punto è come tutelare il valore d'uso e gestire l'emergere di un possibile rapporto di scambio: escluderlo o accettare una coesistenza? Il punto più delicato della coesistenza è consentire che attorno allo stesso prodotto possano sussistere rapporti d'uso personale per una comunità e di scambio per un'altra, evitando che lo scambio prevalga.

Sempre più spesso i prodotti nati per l'uso personale (anche da parte di una ampia comunità) vedono l'interesse del mondo industriale e commerciale: nell'ambito del software ad esempio molte imprese pagano dei programmatori perché contribuiscano a scrivere, aggiornare ed accrescere dei prodotti free software nati e mantenuti da una community di programmatori non salariati. In altri casi viceversa vengono rilasciati come free programmi nati proprietari. Nella comunità *free software* l'insorgere di rapporti di scambio attorno al prodotto è ammessa (e rispecchiata dalle licenze l'uso) purché non vi sia la rottura del "vincolo d'uso personale". Cioè che rimanga possibile a chiunque, attraverso l'accesso al codice sorgente, di adattare il prodotto come se fosse (e infatti lo è ancora) d'uso personale. Questo doppio canale d'accesso al prodotto, sia per l'uso personale che per l'uso "di scambio" consente simultaneamente ad un

---

5 K.Marx, *Il Capitale*, p. 45

6 <http://www.creativecommons.org>

bene di avere “valor d’uso personale” e valore di scambio.

Vediamo se questa coesistenza sia possibile anche per Marx, che sembra negarla, ma che esplicitamente evidenzia il ruolo centrale delle comunità:

*Dal momento che un oggetto utile oltrepassa colla sua abbondanza i bisogni del suo produttore, esso cessa d’essere valore d’uso; presentandosi l’occasione, sarà utilizzato come valore di scambio. [...] Lo scambio delle merci inizia là dove le comunità finiscono [...]. Dal momento che le cose sono diventate merci nella vita comune del forestiero, esse lo divengono ugualmente per contraccolpo nella vita comune interna, [...] Con l’andare del tempo una parte almeno degli oggetti utili è prodotta col proposito dello scambio.<sup>7</sup>*

Cosa può evitare che il *contraccolpo* colpisca la nuova generazione di frutti della creatività e del lavoro come gli altri? Nei nuovi prodotti vi è in effetti qualcosa di nuovo e diverso. Tre fattori che agiscono sul *confine della comunità*: in primo luogo, il prodotto non è mai ultimato, ma continuamente aggiornato, accresciuto. Se non lo è, muore e sparisce. In secondo luogo chiunque, intervenendo sul prodotto per accrescerlo, può diventarne il produttore, rinnovando il rapporto d’uso che vi è con il prodotto. In terzo luogo l’accesso alla maggior parte dei prodotti costa come l’accesso a uno solo: consiste nell’accesso alla Rete che, se resta com’è, non discrimina tra diversi tipi di contenuti<sup>8</sup>; il che significa che la distribuzione del prodotto non è soggetta che al produttore.

Queste caratteristiche consentono che il confine della comunità venga continuamente portato avanti, dal momento che il *forestiero* esterno alla comunità di utenti, il nomade che scambia il prodotto, può esservi in qualsiasi momento incluso. Il prodotto si offre continuamente al lavoro concreto da parte di chi lo acquista anche attraverso scambio, non essendo cristallizzato una volta per tutte. Ad esempio chi paga un programmatore per produrre un determinato software, esaurita con uno scambio la propria necessità, può offrirlo a una potenziale comunità d’uso, della quale entrerà egli stesso (se ritiene). Quest’ultima, anche senza ulteriori scambi, si prenderà cura del programma per il suo valore d’uso. In qualsiasi momento potranno esservi degli scambi, ma finché il programma sarà disponibile a una comunità d’uso, questi non riusciranno mai a mercificare definitivamente il prodotto: infatti questo non assume mai definitivamente la forma valore per duplice motivo che (primo) non è mai definitivamente ultimato né (secondo) completamente posseduto. In questo il lavoro mai è definitivamente cristallizzato, coagulato.

La coesistenza, quindi, tra valore d’uso e valore di scambio sembra essere possibile per un certo tipo di prodotti che, per loro natura e tutela legale, sfuggono all’appropriazione definitiva da parte di soggetti che ne considerano esclusivamente il valore di scambio.

Inoltre, dai testi ideologici alla base del free software<sup>9</sup>, è possibile leggere la presa di coscienza che questa coesistenza sia l’emergere di una strategia, una risposta sistemica alla prassi che, con il prevalere definitivo del valore di scambio, *impedisce* l’evoluzione creativa del prodotto e rompe il vincolo di solidarietà tra gli utenti<sup>10</sup>.

---

7 K.Marx, *Il Capitale*, p. 57

8 Il riferimento è alla cosiddetta *neutralità della rete*.

9 si veda <http://www.gnu.org/philosophy/philosophy.html>

10 <http://www.gnu.org/gnu/manifesto.html>