



# Diario di Rete

Il commento dell'esperto



Davide Bennato, studioso di sociologia della tecnologia, insegna all'Università "La Sapienza"

## L'open source retribuito

**I dilettanti non solo creano video e scrivono enciclopedie, ma risolvono anche problemi economici e sociali... meglio dei professionisti! Ma cosa accade quando le grandi major se ne accorgono?**

Marco arriva a casa dopo una giornata di lavoro tanto faticosa quanto noiosa. Unica distrazione è il suo giro quotidiano per la Rete alla ricerca di novità sul suo hobby preferito: la fotografia. In particolare è appassionato di fotografia naturalistica, quindi è molto bravo a riprendere scene naturali alla stregua dei fotografi profes-

**“Crowdsourcing è il termine coniato da Jeff Howe nel suo articolo pubblicato dalla rivista Wired”**

sionisti. Mentre cerca nuovi obiettivi per la sua macchina, controlla il suo portfolio su **iStockphoto** ([www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)) e scopre che qualcuno ha comprato alcuni suoi scatti. Doppia soddisfazione: da un lato il fatto che qualcuno abbia apprezzato il suo lavoro, dall'altro il pensiero che questo qualcuno abbia considerato le sue foto degne d'acquisto. In piccolo sta realizzando il sogno della sua vita: quello di essere un fotografo freelance.

**La manodopera “duepuntozero”!?**

Lo scenario è di pura fantasia, ma non **iStockphoto**, un servizio che è so-

lo l'esempio di quello che si chiama **crowdsourcing**. *Crowdsourcing* è il termine coniato da **Jeff Howe** nel suo articolo pubblicato dalla rivista **Wired** lo scorso giugno ([www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html](http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html)) e così come rivelano le due parole da cui deriva il termine (ovvero *crowd* (folla) e *outsourcing*) è la possibilità di usare i navigatori Internet come la-

voratori semiprofessionali a basso costo. Nel 2006, ora che la nostra economia è basata sulla conoscenza (brevetti, copyright, ricerca e sviluppo, ...) ed il sapere è la principale fonte di innovazione, il *crowdsourcing* è un ottimo sistema per trasformare i navigatori in risorse. I casi che possiamo trovare in Rete in cui gli stessi internauti sono usati come risorse economiche quasi-professionali sono moltissimi. **Trendwatching** ([www.trendwatching.com](http://www.trendwatching.com)) è una società di ricerche specializzata nell'analisi delle tendenze che usa una rete di oltre **8.000** collaboratori sparsi in **70 paesi**. Quello che rende questa compagnia un esempio di *crowdsourcing* è che questi collaboratori non sono professionisti, ovvero pagati esclusivamente per la loro attività di cacciatori di tendenze, bensì

**I social network seekers**

**Innocentive** ([www.innocentive.com](http://www.innocentive.com)) è una compagnia che fornisce consulenza su progetti inerenti ai settori della chimica e della biologia alle grandi multinazionali (**Figura 1**). Anche in questo caso il modello è basato su un *social network* di *seekers*, ovvero di persone che lavorano come esperti di *problem solving* che cercano di risolvere le impasse su cui si sono arenati i gruppi di ricerca delle aziende. Perché lo fanno? Perché le aziende per ogni problema risolto mettono in palio un premio intorno ai **10.000\$**, che è tantissimo per un *seeker* che riesce nell'impresa, ma che è poco paragonato ai costi standard d'un qualsiasi settore di Ricerca e Sviluppo. Varie sono le estrazioni sociali dei *seeker*: dai giovani assistenti dei laboratori universitari di tutto il mondo che così arrotondano il loro stipendio, ai *garage scientist*, ovvero a quelle persone che pur non avendo un titolo di studio universitario in discipline scientifiche sono dei veri e propri scienziati autodidatti, spesso con laboratori fatti in casa costruiti nei garage (da cui il nome). Quello che rende tutto ciò molto interessante è che **Innocentive** ha anche un proprio competitor. Si chiama **NineSigma** ([www.ninesigma.net](http://www.ninesigma.net)) e fornisce un servizio

**“Crowdsourcing è la possibilità di usare i navigatori Internet come lavoratori semiprofessionali a basso costo”**

si iscrivono gratuitamente ad un **social network** specificamente dedicato loro ([www.springspotters.com](http://www.springspotters.com)) e man mano che segnalano trend interessanti da analizzare, accumulano una serie di punti che permetteranno loro di guadagnare piccoli premi.

molto simile a quello che potremmo chiamare un *brainstorming online*, gestendo le idee migliori tramite un sistema che prevede un *social network* di persone specializzate e una piattaforma di *innovation management* proprietaria.



Figura 1 - L'azienda farmaceutica **Eli Lilly** ([www.lilly.com](http://www.lilly.com)) nel 2001 ha sostenuto il progetto **Innocentive** ("innovazione" e "sviluppo") per trarre vantaggio dall'expertise esterno alla società

## Il marketing fatto con la Rete

I casi appena descritti possono essere considerati come la radicalizzazione di una tendenza presente su Internet già da qualche tempo, tendenze che i nuovi modelli di business stanno trasformando in strategie commerciali e di marketing molto aggressive. Si pensi a **Google AdSense** ([www.google.com/adsense/](http://www.google.com/adsense/)), un servizio di Google che trasforma i *blogger* o i webmaster di siti amatoriali in una rete di venditori di spazi pubblicitari promettendo loro un ritorno economico per la loro attività. Alle origini di questo processo c'è il progetto **GIMPS-Great Internet Mersenne Prime Search** ([www.mersenne.org/](http://www.mersenne.org/)), nato nel 1996. In *GIMPS* si chiede alle persone di scaricare un programma gratuito per cercare il più grande numero primo di **Mersenne**, un ente matematico che trova applicazione in varie tecnologie (per es. i sistemi crittografici). Quello che è

**“Una competenza molto elementare, può essere remunerativa se inquadrata all'interno di un progetto più ampio”**

interessante è che la **EFF-Electronic Frontier Foundation** offre una serie di premi a coloro i quali scoprono i numeri primi più interessanti. Il premio da **50.000\$** per la ricerca di un numero primo da 1 milione di cifre decimali è stato assegnato il 6 aprile del 2006 mentre gli altri premi – da **100.000** a **250.000\$** - sono in attesa di un vincitore ([www.eff.org/awards/coop.php](http://www.eff.org/awards/coop.php)).

## Le nuove strategie socio-commerciali

Senza dimenticare progetti senza scopo di lucro, ma in grado di generare indotto, come **Linux** ([www.linux.org/](http://www.linux.org/)) e **Wikipedia** ([www.wikipedia.org/](http://www.wikipedia.org/)), cos'è che rende profondamente interessanti queste nuove strategie che potremmo chiamare socio-commerciali? In primo luogo **l'abbattimento dei costi dell'hardware semiprofessionale**. Una volta la differenza più appariscente fra un professionista e un hobbista era nell'ingente investimento in mezzi tecnici del primo rispetto al secondo. Adesso invece la dotazione tecnica ha rag-

giunto prezzi abbordabili anche per la stragrande maggioranza delle persone. Perciò adesso la differenza fra un professionista e un appassionato è solo nelle competenze, ma da questo punto di vista nulla vieta, per esempio, che un buon appassionato di fotografia sviluppi un buon "occhio" meglio di un fotografo mediocre.

In secondo luogo **la facilità di posizionarsi in uno spazio pubblico** in cui far entrare in contatto domanda e offerta. Internet grazie ai *social network* sta diventando uno strumento con cui chi ha qualcosa da offrire – un prodotto, un servizio, una competenza – ha sempre più possibilità di entrare in contatto con chi ha bisogno di queste cose.

In terzo luogo **la parcellizzazione della competenza**. Il lavoro collettivo delocalizzato tramite Internet ha di vantaggioso il fatto che anche una competenza molto elementare, può essere remunerativa se inquadrata all'interno di un pro-

getto più ampio. Come nel caso di **Cambrian House** ([www.cambrianhouse.com/](http://www.cambrianhouse.com/)), una società che definisce se stessa *crowdsourced software*. Questa società fornisce un servizio per cui un cliente potenziale sviluppa un'idea (**Figura 2**). Questa idea viene testata e implementata dalla community di *Cambrian House*, così che al cliente non resta che godersi i risultati della vendita del software. Quello che rende questa società diversa da altri modelli di lavoro collettivo è che i singoli membri della community vengono remunerati secondo il loro livello di coinvolgimento. Infatti nel presentare se stessa *Cambrian House* afferma: "It's like open source. But with money".

## Un trend destinato a durare?

Ma questi modelli commerciali di tipo fondamentalmente partecipativo, hanno senso o sono solo una moda passeggera?

La proliferazione di compagnie Web 2.0 potrebbe testimoniare il fatto che sta cominciando a crearsi un



**Figura 2 - Cambrian House non fa nient'altro che lanciare in Rete appelli di collaborazione a progetti, ed il popolo del Web risponde. La soluzione viene valutata e poi eventualmente acquistata**

trend stabile che legittimerà progressivamente questo modo diverso di fare business. Ma non è solo questo. Sta nascendo un vero e proprio pensiero economico che da vari punti di vista – marketing, finanziario, aziendale – sta valorizzando questi nuovi approcci al mercato. È il caso di *Yochai Benkler*, che nel suo recente volume *The Wealth of Network*, teorizza il **commons-based peer productions**. Esistono una serie di progetti, commerciali e non, basati sulla condivisione delle informazioni in cui il flusso di comunicazione grazie alle capacità di archiviazione dei sistemi informatici diventa un "bene conoscenza" e si trasforma in vera e propria risorsa che può essere trasformata anche in risorsa economica. Ovvero quello che una volta veniva chiamato in termini metaforici capitale culturale, adesso

**“Ma questi modelli commerciali di tipo fondamentalmente partecipativo, hanno senso o sono solo una moda passeggera?”**

sta travalicando i confini della propria metafora tanto che il termine andrà letto in senso stretto: la cultura come base di un tipo diverso di produzione di capitale. Inoltre in assoluta onestà intellettuale, *Benkler* rende disponibile il proprio volume liberamente scaricabile da Internet ([www.benkler.org/wealth\\_of\\_networks/index.php/Main\\_Page](http://www.benkler.org/wealth_of_networks/index.php/Main_Page)), dimostrando così assoluta fiducia al sistema delle licenze **creative commons** con cui il libro viene licenziato.

## Idee contrastanti

Non tutti però sembrano d'accordo con l'entusiasmo verso questi nuovi sistemi per la valorizzazione (commerciale) della professionalità diffusa. Alcuni infatti hanno apostrofato il *crowdsourcing* come la nuova moda in grado di esasperare la condizione di precarietà di queste nuove forme professionali.

Due sono le idee alla base di questo ragionamento: da un lato il meccanismo che analizza fenomeni sociali nuovi seguendo paradigmi ormai superati (o in corso di superamento), dall'altro – molto più prosaicamente – il rischio che specifiche categorie professionali vedano incrinare il proprio potere commerciale a causa della diffusione di reporter, programmatori *software crowdsourcer*, fotografi freelance part-

time. In realtà le cose sono in rapida trasformazione ed è difficile pronunciarsi adesso su questi temi. Bisogna aggiornarsi, magari sul **Crowdsourcing-blog** (<http://crowdsourcing.typepad.com/>) sui cambiamenti perché si possa riconoscere il futuro una volta arrivato. .

Davide Bennato

Per i vostri commenti:  
[diariodirete@edmaster.it](mailto:diariodirete@edmaster.it)