

DIGITAL LABOR

« Si c'est gratuit, c'est que tu es le produit ! ». Derrière cette petite phrase, se cache la critique d'une économie des plateformes fondée sur l'exploitation du *digital labor* ou « travail gratuit » des internautes : tous ceux qui se trouvent sur la face gratuite d'une plateforme travaillent en réalité pour cette plateforme puisqu'elle extrait une valeur de leurs activités.

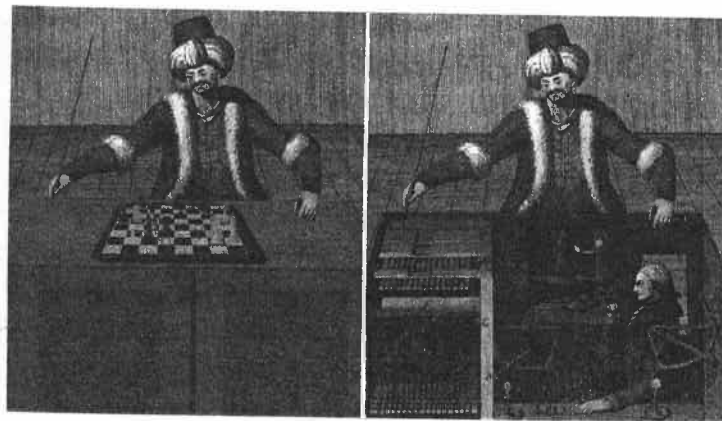
L'argument est simple, mais il a une tonalité subversive. Écrire un article sur Wikipédia, poster des photos de vacances sur Facebook, déposer un commentaire dans un forum, retweeter un lien, décrypter un captcha : toutes ces activités n'apparaissent pas comme l'exécution d'un travail ; pourtant, elles produisent bien une valeur, soit en enrichissant des contenus existants, ce qui les rend plus attractifs, soit en émettant des signaux qui permettent à la plateforme d'améliorer ses performances. Lorsque les externalités positives du travail des internautes ne sont pas utilisées de façon générative, mais de façon extractive, elles deviennent sources de profit et d'avantage de marché pour les entreprises de l'économie numérique. Telle est par exemple la thèse de Shoshana Zuboff, qui défend l'idée d'un « capitalisme de la surveillance » : après avoir exploité la terre et la force de travail, le capitalisme s'apprête à marchandiser les individus en les transformant en flux de données disponibles pour augmenter les profits.

Le sujet du digital labor est au cœur d'un débat entre les différentes écoles du marxisme. Un courant italien original, l'opéraïsme, initié par le philosophe et activiste Toni Negri durant les années 1970, soutient que les externalités positives débordent toujours de la possibilité de leur récupération marchande. La société en réseau, la coopération entre internautes, le langage et la communication – qui jouent un rôle de plus en plus important dans le travail – de même que les singularités des individus qui leur permettent de créer et d'innover forment ce que Toni Negri appelle la multitude. Or, le travail de cette multitude est toujours plus vif et plus dense que le capitalisme qui essaye de se l'approprier. En réalité, le marché ne parvient à capturer et à valoriser qu'une fraction du travail vivant de la multitude. Selon cette thèse optimiste, les externalités positives produites par les échanges des internautes conservent un élément d'extériorité qui déborde toujours du cadre du processus de valorisation marchande.

La thèse inverse est défendue par les nouveaux théoriciens du digital labor. Ils considèrent que toutes les activités numériques sont une mise au travail généralisée des internautes par les plateformes et qu'il n'existe pas d'échappatoire. Selon cette thèse globale et pessimiste, il n'y a pas d'extériorité au mécanisme d'extraction de la valeur. En conséquence, être sur internet c'est participer à ce mécanisme, et c'est donc subir une forme d'exploitation. Rien n'y fait : sur internet, nous ne sommes que des produits. Ce débat très abstrait témoigne d'une transformation de la perception des mondes numériques, que ce soit dans les médias, dans

les discours publics ou les discussions théoriques. Elle est survenue au début des années 2010 à la suite de l'affaire Snowden et de la mise en évidence du pouvoir des GAFAs : le sympathique web coopératif des pionniers est de plus en plus perçu négativement comme un espace d'aliénation des internautes et un processus d'exploitation de la valeur d'un nouveau type. Ce débat invite à ouvrir les yeux sur les nouvelles formes de travail numérique qui se sont développées, à la frontière de l'emploi, à partir des plateformes d'intermédiation et qui ont été étudiées avec minutie par Antonio Casilli dans *En attendant les robots*.

Sa forme la plus emblématique est celle du micro-travail et de la tacheronisation (*taskify*) des internautes. Amazon Mechanical Turk en est l'exemple accompli – même si les plateformes de ce type sont désormais nombreuses. Ce service organise la rencontre entre des entreprises et des travailleurs précaires, des *turkers*. Les travaux offerts sont extrêmement simples, segmentés et routiniers, qu'Amazon Mechanical Turk appelle des *hits* (*human intelligent tasks*) : écrire de courts commentaires sur les sites de notes et avis, cliquer et liker des pages du web, regarder des photos ou des vidéos pour les étiqueter, répondre à un questionnaire, faire des playlists, monter le niveau de joueurs dans un jeu en ligne pour ensuite les revendre, etc. La tâche demande néanmoins une petite dose de subtilité, de jugement, de capacité d'évaluation, qui ne peut pas émaner de machines.

Document 59 — L'ancêtre des *turkers*

Le nom d'Amazon Mechanical Turk, service qui organise la rencontre entre des entreprises et des travailleurs précaires (*turkers*), est inspiré du Turc mécanique, construit en 1770 par Johann Wolfgang von Kempelen. Fréquemment exhibé, ce faux automate prétendument capable de jouer aux échecs cachait un joueur humain dans un compartiment secret.

Comme le Turc mécanique du XVIII^e siècle, ce faux automate à l'intérieur duquel se cachait un vrai joueur d'échecs (document 59), les opérateurs de Mechanical Turk sont des humains, plus précisément une armée dispersée de travailleurs flexibles, dont l'activité aide ensuite les machines à calculer. Reconnaître des numéros de rue pour améliorer Google Street View, trier des images pour la modération des plateformes, qualifier des contenus pour créer des bases d'apprentissage pour les modèles de l'intelligence artificielle, référencer des pages web : ces tâches parcellisées sont rémunérées de quelques centimes d'euros. Aux micro-tâches correspond évidemment un micro-paiement. Cette activité laborieuse est éclatée. Elle est réalisée à cadence soutenue par des individus peu qualifiés ou, comme le montrent les enquêtes aux États-Unis, par des personnes exclues du marché de l'emploi en raison d'une difficulté à

s'intégrer dans une organisation productive traditionnelle. On y découvre des individus marginalisés et désocialisés, qui travaillent depuis leur domicile, parfois de façon très intensive pour des sommes dérisoires.

Les statistiques de l'emploi ont beaucoup de mal à chiffrer l'ampleur du phénomène de *crowdsourcing* (solicitation des internautes par les plateformes dans le cadre de leur politique de marketing), même s'il suscite beaucoup d'attention. Tandis que la pluriactivité et le travail en freelance connaissent un développement dans les sociétés occidentales, le volume du micro-travail resterait, en France comme aux États-Unis, inférieur à 1% de la population active. Ce marché a surtout pris de l'ampleur dans les pays en voie de développement : au Bangladesh, aux Philippines et au Vietnam, des usines à clics (*clickfarms*) accueillent les micro-travailleurs. Une sorte de colonialisme numérique s'est installé à l'échelle de la planète : le confort fonctionnel des services du web pour les usagers occidentaux est en partie soutenu par du travail souterrain délocalisé dans les pays du tiers-monde.

Un autre débat, aux positions très contrastées, porte sur les nouveaux métiers de service qui font appel à l'auto-entrepreneuriat, telles les plateformes de chauffeurs, de livreurs et de services en relation directe avec des clients. Les défenseurs de cette nouvelle forme de travail soulignent qu'elle a créé des opportunités pour des personnes dont les trajectoires d'emploi restaient bloquées ou marginalisées. Les plateformes leur ont offert la possibilité de s'inventer une existence

professionnelle qui, même si elle reste fragile et précaire, combine autonomie et dépendance d'une façon relativement inédite. La tendance au développement du travail indépendant et de l'entrepreneuriat a un soubassement social et culturel qu'il importe d'ailleurs de restituer. Il se nourrit d'une critique de plus en plus présente du caractère disciplinaire et démotivant du travail salarié, des *bullshit jobs* où l'on s'épuise à « travailler à ne rien faire » : absence de contrôle sur le sens de son travail, discipline des systèmes informatiques des organisations qui parcellisent et isolent les salariés, manque de liberté dans la gestion horaire de ses activités, etc. La crise du marché du travail joue à l'évidence un rôle décisif dans la constitution de ce nouveau bassin d'emplois investi par les plateformes de services de voitures privées ou de livraison, mais elle est aussi portée par une aspiration à la réalisation de soi et à une meilleure maîtrise de son activité même si, paradoxalement, cela se fait au prix de contraintes très fortes (disponibilité, soumission à la plateforme et aux avis/notations des clients).

En France comme aux États-Unis, la part de l'emploi salarié reste très haute – autour de 90% de la totalité des emplois –, mais la pluriactivité et l'auto-entrepreneuriat connaissent un essor encouragé par les plateformes numériques. Fin 2009, en France, on comptait 310 000 auto-entrepreneurs, ils sont aujourd'hui plus d'un million indique l'INSEE, sur 26 millions d'emplois actifs. Cette évolution n'est pas en train de faire vaciller la société salariale comme on l'entend parfois dire, mais elle témoigne d'une évolution vers le travail à la demande dans un contexte de crise du marché de l'emploi.

Les travailleurs en freelance qui contribuent aux plateformes de services ont des profils très variés, depuis le petit créateur qui vend des bijoux ou des pin's sur Etsy jusqu'au Youtubeur qui cherche à faire vivre sa chaîne, en passant par l'étudiant qui, après les cours, assure des livraisons pour Deliveroo ou par le chauffeur d'Uber issu de la banlieue qui s'est investi – et endetté – dans le métier de VTC. Les trajectoires de professionnalisation diffèrent grandement. Mais, dans le cas des nouvelles activités de services des plateformes de travail à la demande, on assiste à la création de véritables bassins d'emplois, dont le système de protection est largement dégradé par rapport au travail salarié. Les travailleurs n'ont aucune assurance quant à la pérennité de leur relation avec les donneurs d'ordre ; la concurrence entre eux est particulièrement vive ; les rémunérations sont faibles et soumises aux aléas des politiques tarifaires décidées par la plateforme et de l'algorithme qui fixe le prix des transactions ; les travailleurs sont écartés du socle de droits qui protègent les salariés, tels que les droits syndicaux, les protections contre la rupture abusive de la relation de travail, la législation sur le temps de travail ou encore les protections contre le harcèlement et les discriminations.

Face à ces risques, des organisations se créent et des formes de protestation s'élèvent. Les chauffeurs de VTC se sont mobilisés contre la baisse des tarifs exigée par Uber en créant une association en France. En Allemagne, les syndicats ont ouvert leurs rangs aux auto-entrepreneurs. IG Metall, par exemple, a créé une plateforme à l'usage des micro-travailleurs leur permettant de noter les

plateformes pour lesquelles ils travaillent. Les régulateurs de différents pays entreprennent de requalifier en emplois certaines des activités générées par ces plateformes. Prenons l'exemple de Deliveroo en France. L'entreprise soutient qu'elle n'a affaire qu'à des travailleurs indépendants et qu'ils restent libres de proposer leurs services à d'autres plateformes même concurrentes, de choisir leurs horaires et leurs jours de livraison. Elle ne ferait que mettre en relation des restaurateurs et des particuliers, l'activité des coursiers n'étant finalement qu'une conséquence seconde de l'activité principale. Mais l'Inspection du travail considère, elle, que Deliveroo s'adonne à du travail dissimulé, et que les livreurs, fallacieusement présentés comme des travailleurs indépendants, sont en réalité dans une situation de « dépendance technique et économique » vis-à-vis de la plateforme. Cette dernière crée un « lien de subordination juridique » entre Deliveroo et les coursiers, qui doivent s'inscrire sur une application dédiée, qui reçoivent une formation, des recommandations, une tenue de travail et un sac à dos. De surcroît, ils sont suivis et surveillés en temps réel par GPS, contrôlés, évalués, notés et sollicités sans relâche pour accepter des courses et changer de secteur géographique sans connaître à l'avance la nature de la commande, ni le lieu de livraison. La plateforme agit donc bien comme un employeur.

Les plateformes aiment à se présenter comme une sorte d'intermédiaire neutre et agnostique entre les différentes faces du marché qu'elles permettent de coordonner. Cette prétention à la neutralité paraît de

plus en plus contestable. Les plateformes gouvernent les marchés qu'elles fabriquent non seulement pour assurer la concurrence entre vendeurs, mais aussi pour délimiter les usages et les formes d'interaction entre les segments d'utilisateurs. Elles jouent d'abord un rôle dans la régulation des prix que les vendeurs attribuent à leurs produits ou services. Sur iTunes, Apple limite la tarification des morceaux de musique téléchargés à un prix maximum, par exemple 0,99 euro le morceau et 9,99 euros l'album. De la même manière, on peut estimer que depuis des années Amazon s'efforce, par toute une série de promotions, de faire échec au prix unique du livre qu'a imposé la loi Lang en France.

Ensuite, les plateformes peuvent surveiller la qualité des produits vendus pour interdire l'accès à certains, jugés indésirables. Apple sélectionne par exemple les applications mises en vente dans l'Appstore. Comme beaucoup de plateformes américaines, elle interdit toute application pornographique ou tout contenu dénudé. Facebook consacre un personnel important au nettoyage de contenus et comportements jugés offensants. Dans ses conditions générales d'utilisation, toute plateforme peut décider librement quels utilisateurs elle autorise et lesquels elle bannit. Enfin, à travers les systèmes de notation et les algorithmes d'appariement, les plateformes produisent de l'information sur la fiabilité des vendeurs et la réputation des utilisateurs. Parfois, elles exercent une fonction quasi judiciaire, quand elles offrent un processus d'arbitrage des conflits entre vendeurs et acheteurs.



À LIRE, À VOIR, À ÉCOUTER

- Un remarquable article du *New York Times* montrant comment l'algorithme d'Uber pousse les chauffeurs à enchaîner les courses: Noam Scheiber, « How Uber Uses Psychological Tricks to Push Its Drivers' Buttons », *New York Times*, 2 avril, 2017, <https://www.nytimes.com/interactive/2017/04/02/technology/uber-drivers-psychological-tricks.html?mc=etal>
- Une discussion sur la notion de digital labor: Dominique Cardon et Antonio Casilli, *Digital Labor*, Paris, Éditions de l'INA, 2015; et le livre qui a lancé la discussion sur le

digital labor: Trebor Scholz (ed.), *Digital Labor. Internet as Playground and Factory*, Londres, Routledge, 2009; ce débat trouve aussi ses fondements dans Tiziana Terranova, « Free Labor. Producing Culture for the Digital Economy », *Social Text*, 18 (2), 2000, p. 33-58.

- Un ouvrage qui analyse le digital labor en rassemblant sous la même catégorie les auto-entrepreneurs des plateformes de services à la demande, les « tâcherons du clic » des plateformes de crowdsourcing et le travail numérique des internautes qui produisent des données utilisées par les plateformes: Antonio Casilli, *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*, Paris, Seuil, 2019.