



**LaBoUR & Law Issues**  
Rights | Identity | Rules | Equality

*Social Media e Relazioni industriali.*

**Repertorio di questioni**

**MARCO MARAZZA**

Università Cattolica del Sacro Cuore

**vol. 5, no. 2, 2019**

ISSN: 2421-2695





LaBoUR & Law Issues  
Rights | Identity | Rules | Equality

# *Social media e Relazioni industriali.* Repertorio di questioni

**MARCO MARAZZA**

Università Cattolica del Sacro Cuore  
Professore ordinario di Diritto del Lavoro  
marco.marazza@unicatt.it

ABSTRACT

---

The Author, in this introduction, analyzes the relationship between Social media, Trade Unions and Industrial Relations.

**Keywords:** Industrial Relations; social network and media; union organization.

---

## **Social media e Relazioni industriali**

### **Repertorio di questioni**

SOMMARIO: 1. Premessa. – 2. L’impatto dei *social* sulle Relazioni industriali. – 3. Repertorio di questioni (aperte).

#### **1. Premessa**

Da tempo la letteratura indaga l’impatto che i *social media e/o network* <sup>(1)</sup> producono nella sfera pubblica, influenzandone le scelte nell’ambito degli ordinamenti democratici <sup>(2)</sup>.

La questione si è posta là dove la formazione del consenso, veicolato nei tradizionali meccanismi elettivi o genericamente richiamato, avviene, allo stato, prevalentemente all’interno della rete che «rende possibile un intenso lavoro di gruppo», ma anche l’avanzare «di soggetti diversi nei luoghi della discussione e della decisione» <sup>(3)</sup>.

Traslando quel dibattito nell’ambito delle Relazioni Industriali, emerge come la formazione e la manifestazione della volontà collettiva <sup>(4)</sup>, al pari di

---

<sup>(1)</sup> Mi riferisco, indistintamente, sia alle reti (*network*) costituite per sviluppare relazioni personali tra determinati soggetti (social network) che ad altri mezzi di scambio di informazioni (*media*) - quali blog, siti social networking, mondi virtuali sociali, progetti collaborativi, *content communities* –consentono la presentazione di testi, immagini, video, documenti, file audio, ecc.. ad un pubblico globale (social media). Entrambi gli strumenti, se pur con modalità diverse, impattano infatti sul tema qui trattato. N. Srnicek *Platform Capitalism*, Polity Press, Milano (Luiss University Press), 2017.

<sup>(2)</sup> Il tema fino ad ora è stato ampiamente dibattuto con riguardo alla rappresentanza politica. A tal proposito, S. Rodotà, *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Roma-Bari, 2004, L. Gallino, *Tecnologia e democrazia. Conoscenze tecniche e scientifiche come beni pubblici*, Torino, Einaudi, 2007. Sugli effetti che la comunicazione digitale ha sui sistemi democratici, R. Sunstein, *#republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press, 2017.

<sup>(3)</sup> S. Rodotà, *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione* cit., 2004, 71; C. Schmitt, «(...) un giorno per mezzo di ingegnose invenzioni ogni singolo uomo, senza lasciare la sua abitazione, possa continuamente esprimere le sue opinioni (...) Ciò non sarebbe affatto una democrazia (...) non vi sarebbe nessuna pubblica opinione, il risultato è solo una somma di opinioni private», in *Dottrina della costituzione*, Milano, 1984, 321.

<sup>(4)</sup> P. Tullini, *L’economia digitale alla prova dell’interesse collettivo*, LLI, n.1/2018.

altre realtà <sup>(5)</sup>, possa essere condizionata dall'impiego dei *social media* con possibili riflessi nell'ambito delle tradizionali dinamiche sindacali<sup>(6)</sup>.

Di qui, il complesso degli scritti pubblicati <sup>(7)</sup> si pone l'obiettivo di tracciare una sorta di mappatura delle questioni e delle diverse criticità che l'età della comunicazione digitale può sollevare nell'ambito delle Relazioni Industriali.

L'intento è quello di evidenziare i possibili impatti derivanti dall'utilizzo dei *social media e/o network* (in avanti "social") sull'equilibrio del sistema sindacale <sup>(8)</sup>, anche al fine di verificare quel sentimento di sospetto che anima l'impiego di tali strumenti in tale ambito e che Mariella Magnani nel suo contributo definisce come una sorta di "tecnofobia"<sup>(9)</sup>.

## 2. L'impatto dei *social* sulle Relazioni industriali

Fino ad ora gli studi in materia hanno messo in evidenza come l'uso dei *social* da parte dei lavoratori possa incidere direttamente sulla condotta del datore di lavoro, agevolando il dialogo senza "filtri" tra personale e azienda, a

---

<sup>(5)</sup> Vedi n. 2.

<sup>(6)</sup> Sull'utilizzo dei *social* nelle comunicazioni sindacali si veda l'indagine condotta su n. 149 sindacati associati a UNI Global Union, Federazione internazionale che unisce le organizzazioni dei lavoratori del settore dei servizi, P. Panagiotopoulos, J. Barnett, *Social Media in Union Communications: An International Study with UNI Global Union Affiliates*, BJIRE, 2014, 508-532, sia consentito di rinviare a M. Marazza, *Social, relazioni industriali e (nuovi percorsi di) formazione della volontà collettiva*, RIDL, 2019, 57.

<sup>(7)</sup> I saggi selezionati, previo referaggio doppio cieco, sono stati presentati e discussi nell'ambito delle giornate di studi *le Tecnologie integrate alle relazioni industriali. Rappresentanza, diritti sindacali e negoziazione collettiva* Festival Luci sul lavoro- Montepulciano (SI) 11-13 luglio 2019.

<sup>(8)</sup> Il dibattito sull'impiego delle nuove tecnologie nell'ambito delle Relazioni industriali ha origine nei paesi anglosassoni all'inizio del ventesimo secolo. A tal proposito, si veda R. B. Freeman, *From the Webbs to the Web: The Contribution of the Internet to Reviving Union Fortunes*, in *Trade Unions: Resurgence or Demise?*, London, Routledge, 2005, 162-184. L'Autore pone la seguente domanda all'inizio del suo contributo "Can the Internet produce more effective and successful unions and help resuscitate the labour movement in the UK and US?"; W. J. Diamond, R. B. Freeman, *Will unionism prosper in cyber-space? the promise of the internet for employee organization*, BJIR, 2002, 569-59; D. Peetz, G. Murray, O. Muurlink, M. May, *The meaning and making of union delegate networks*, ELRR, 2015, 596-613. Sull'impatto che la tecnologia può avere al fine di includere anche lavoratori sotto-rappresentanti, in particolare anche al fine di agevolare l'inclusione delle lavoratrici, A.M. Greene, G. Kirton, *Possibilities for remote participation in trade unions: mobilising women activists*, IRJ, 2003; 319-333; per una testimonianza aziendale, M. Forbicini, *La contrattazione aziendale e l'impatto sui Social Media*, LLI, n.2/2018; M. Rendina, *Social Media e relazioni industriali*, LLI, n.2/2019.

<sup>(9)</sup> M. Magnani, *Nuove Tecnologie e diritti sindacali*, LLI, n.2/2019.

detrimento della mediazione da parte dei sindacati tradizionali<sup>(10)</sup>. Tali strumenti, soprattutto se rivolti a fruitori globali, sono in grado di amplificare oltre modo la capacità di pressione sul datore di lavoro, agendo sul fattore reputazionale del medesimo, quando, come non di rado accade, i destinatari della comunicazione finiscono per essere, oltre ai dipendenti dell'impresa, anche i suoi consumatori/clienti.

Dall'altro, la comunicazione digitale sembra creare nuove forme di sindacalizzazione che, ponendosi fuori dal luogo di lavoro, in senso materiale, finiscono con il costituire contesti "artificiali" di gestazione potenzialmente globale del sistema sindacale <sup>(11)</sup>.

E' un dato acquisito che gli attuali strumenti di comunicazione (*facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *instagram*, *second life*, ecc..) sono da tempo impiegati in ambito aziendale a fianco dell'esercizio dei tradizionali diritti sindacali di cui al titolo III dello statuto dei lavoratori per implementare e consentire un flusso continuo di informazioni e riflessioni "in materie di interesse sindacale e del lavoro" (per replicare il contenuto dell'art. 21 della legge n. 300 del 1970) o "inerenti all'attività sindacale" (art. 22 della legge n. 300 del 1970).

Tra l'altro, sotto tale profilo, non va trascurato che la formazione di gruppi di comunicazione, qualora chiusi (ad esempio: *mailing list*, *chat*, *facebook*, ecc.. <sup>12)</sup>, sia in grado di contenere la rilevanza che le affermazioni ivi rese possano avere rispetto all'esterno, se pur eccedenti i limiti del diritto di critica.

---

<sup>(10)</sup> Si pensi alle campagne online lanciate da singoli lavoratori su determinate questioni condivise poi da un numero molto consistente di persone. E' il caso della lavoratrice di Starbucks che mediante la creazione di una petizione online sui limiti imposti dall'azienda nell'espone tatuaggi sul luogo di lavoro è riuscita, in ragione dell'ampio consenso ricevuto online, ad indurre l'azienda a liberalizzare il c.d. *dress code* dei propri dipendenti<sup>10</sup> modificando il codice di condotta. In questo caso la lavoratrice, attivando la petizione su una piattaforma online ha raggiunto non soltanto la generalità dei lavoratori di Starbucks che hanno aderito all'iniziativa, ma tutti coloro che, a prescindere da un rapporto con la società, hanno condiviso e supportato la petizione.

<sup>(11)</sup> A. Lassandari, *Il sistema di contrattazione collettiva oggi: processi disgregativi e sussulti di resistenza*, LD, 2016, 975.

<sup>(12)</sup> Cass. 10 settembre 2018, n. 21965 che afferma la illegittimità del licenziamento intimato al lavoratore, rappresentante sindacale aziendale, che aveva chiaramente pronunciato frasi offensive dell'amministratore delegato della società in una chat *facebook* chiusa cui partecipavano solo gli iscritti al sindacato. Le affermazioni, tra l'altro, sono qualificate dalla Suprema Corte come uno "sfogo in un ambiente ad accesso limitato". In senso diverso rispetto alla pronuncia della suprema corte sopra citata si è espressa Corte App. Torino, sentenza n. 599 del 2017, ove si legge che i *social* sono sempre da considerarsi luoghi pubblici non essendo sufficiente privatizzare il profilo al fine di rendere riservati i contenuti. Secondo questa prospettiva il numero di *amici* o *follower*, e la natura privata o pubblica di un gruppo virtuale, rileva unicamente per la quantificazione del danno, soprattutto nei casi di diffamazione, in cui il giudice sarà chiamato a valutare la diffusione del *post* denigratorio.

Altri, ancora, sostengono che le nuove tecnologie basate su Internet possano supportare i sindacati ad accrescere il consenso e/o ad agevolare la formazione di nuove realtà organizzate <sup>(13)</sup>. I *social* vengono ormai sempre più utilizzati (più o meno direttamente) da tutte le organizzazioni sindacali per informare iscritti, simpatizzanti, “*amici*” e “*followers*”, anche in diretta, sullo sviluppo di una negoziazione collettiva o, comunque, più in generale, come detto, su altre questioni di rilievo sindacale e/o di interesse del lavoro. A titolo esemplificativo, il tema dei *social* è stato affrontato nell’ambito del rinnovo del contratto collettivo del settore delle Assicurazioni, dove si è fatto esplicito riferimento ai rappresentanti dei lavoratori nell’era digitale <sup>(14)</sup>. Si guardi anche la sperimentazione avviata dalla Cgil mediante la piattaforma “Idea Diffusa”. Quest’ultima, tuttavia, si caratterizza per essere “chiusa” nell’accesso, salvo potere chiedere le credenziali ai responsabili dell’organizzazione sindacale <sup>(15)</sup>.

Si pensi, altresì, all’esperienza americana di “Our Walmart” e “Fight for 15” in cui la comunicazione digitale ha costituito un elemento importante di supporto agli ordinari modi di operare delle organizzazioni (nuove e/o già esistenti) che hanno fruito dei *Social* per implementare l’azione sindacale <sup>(16)</sup>.

Non va poi sottovalutata la capacità dell’informazione di rendersi autonoma rispetto alla sua fonte e, quindi, secondo quanto rilevano gli stessi professionisti che operano in azienda<sup>(17)</sup>, pronta ad essere distintamente riutilizzata, rielaborata o rimodulata, ritoccata, strumentalizzata, senza alcuna

---

<sup>(13)</sup> Con riferimento agli studi europei, 315- 329; R. Rego, P. Marques Alves, R. Naumann, J. Silva, *A typology of trade union websites with evidence from Portugal and Britain*, *EJIR*, 2014, 197-205; P. Panagiotopoulos, *Towards unions 2.0: rethinking the audience of social media engagement*, *NTWE*, 2012, 178-192.

<sup>(14)</sup> Ove si sostiene che «organizzare dipendenti e datori di lavoro in strutture collettive è un prerequisito essenziale per qualsiasi partnership sociale. La digitalizzazione pone nuove sfide anche ai rappresentanti del personale. È importante che le parti sociali affrontino la problematica con un approccio *open- mind* e che si impegnino affinché i cambiamenti rappresentino una vittoria per il settore e per i suoi dipendenti (...). Deve essere assicurata una comunicazione efficace fra i rappresentanti del personale e i dipendenti» C.C.N.L. 22 febbraio 2017- Disciplina dei rapporti fra le Imprese di Assicurazione e il personale dipendente non dirigente.

<sup>(15)</sup> C. Mancini, *Il sindacato di fronte all’economia di internet: “Idea diffusa”, l’intelligenza collettiva della Cgil*, in *LLI*, n.1/2018.

<sup>(16)</sup> Se la catena Walmart è diffusa in tutti gli Stati Uniti, una eventuale reazione dei lavoratori nell’ambito della dimensione locale, non avrebbe senz’altro prodotto gli esiti della protesta avviata online che ha potuto raggiungere tutti i lavoratori impiegati. In questo caso il consenso online ha rappresentato il presupposto per le azioni di autotutela promosse dai lavoratori, B. Rogers, *Social Media and Worker Organizing Under U.S. Law*, *IJCLIR*, Paper No. 2018-37.

<sup>(17)</sup> M. Forbicini, *La contrattazione aziendale e l’impatto sui Social Media*, *LLI*, n. 2/2018.

forma di controllo o filtro, dai medesimi iscritti, simpatizzanti, “amici” e “follower” o, addirittura, da “amici” e “followers” di questi ultimi (18).

Prima ancora, il convincimento del lavoratore potrebbe essere influenzato a priori dai social attraverso la profilazione dell'utente (19), mettendo così in discussione l'idea stessa di formazione di una volontà collettiva, restituendo piuttosto la sommatoria di bisogni già tracciati (20). L'estrazione e l'analisi dei dati degli utenti consente, infatti, di personalizzare la comunicazione fino «a esiliare le persone dal loro stesso comportamento», così creando «nuovi mercati di previsione comportamentale» (21). Qui è la stessa idea di “volontà” a divenire cedevole, là dove potrebbe divenire il risultato di un processo orientato *ex ante* verso una organizzazione e/o movimento sindacale da parte di un soggetto terzo - denominato *Big other* - non esattamente identificabile che, tuttavia, «ha il controllo dei comportamenti (...)»(22).

In tal senso non si esclude che, soprattutto rispetto a realtà fortemente frammentate sul piano sindacale ove i lavoratori sono potenzialmente più sensibili ad aderire a formazioni in cui l'impatto “comunicativo” appare determinante, la veicolazione del consenso verso fenomeni aggregativi di cui non è certa la natura sindacale, in ogni caso paralleli rispetto ai tradizionali centri di rappresentanza e, talvolta, anche pronti ad interloquire con l'azienda con proprie istanze e rivendicazioni, possa portare ad esiti del tutto distorsivi

---

(18) In tema di *fake news* L. Casini, *Googling Democracy? New Technologies and the Law of Global Governance: Afterword to Eyal Benvenisti's Foreword*, in *European Journal of International Law*, 2018, vol. 29, n. 4, 75; Harsin J., *Un guide critique des fake news: de la comédie à la tragédie*, PRFCPC, 2018, 99-119.

(19) H.R. Varian, *Beyond Big Data*, BE, 2014, 27-31.

(20) L'ipotesi non è così peregrina alla luce del recente caso di *Cambridge Analytica* che ha generato un importante dibattito in ambito politico. Una inchiesta del *New York Times* ha riferito l'uso da parte dell'azienda delle informazioni personali acquisite senza autorizzazione, su cinquanta milioni di utenti statunitensi mediante *Facebook*, per veicolare il comportamento dei medesimi, *How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions*, in *The New York Times*, 17 marzo 2018.

(21) S. Zuboff, *Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization*, JIT, 2015; 75-89; S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, PublicAffairs, nella traduzione italiana, *Capitalismo di sorveglianza, Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss Press, Roma, 2019.

(22) « (...)to the question ‘who participates?’ the answer is – those with the material, knowledge, and financial resources to access Big Other. To the question ‘who decides?’ the answer is, access to Big Other is decided by new markets in the commodification of behavior: markets in behavioral control» Aggiunge l'autrice che se il potere è stato identificato una volta con il proprietario dei mezzi di produzione, è ora identificato con la proprietà dei mezzi di modificazione comportamentale; Zuboff, *Big Other*, cit., 2015, 84.

delle Relazioni industriali, anche in assenza di un intervento normativo che regoli la rappresentatività sindacale.

### 3. Repertorio di questioni (aperte)

L'effetto dirompente di quanto sopra accennato si ritrova nei contributi qui pubblicati che, muovendo tutti dal tessuto comune offerto dalla tecnologia dei *social*, sollevano una eterogeneità di questioni e lo fanno, con lo spirito che vuole caratterizzare l'appuntamento di Montepulciano, mettendo a confronto studiosi e studiosi di diverse generazioni, parti sociali e impresa.

Da un lato viene messa in evidenza l'alterazione che i *social* determinano sulla corrispondenza tra rappresentatività sindacale e consenso dei lavoratori, potendo la comunicazione *online* agevolare la formazione di nuovi movimenti, anche in settori apparentemente estranei alla digitalizzazione<sup>(23)</sup>, e di riflesso accelerare il processo di disintermediazione, a svantaggio delle tradizionali centrali sindacali<sup>(24)</sup>.

Dall'altro, le applicazioni *social* sembrano incidere sull'esercizio tradizionale dei diritti sindacali, in particolare da parte dei lavoratori impiegati in attività connesse all'economia digitale<sup>(25)</sup>, così come possono modificare il processo di formazione del contratto collettivo<sup>(26)</sup>.

Prima ancora, la dematerializzazione degli spazi della comunicazione ricade sulla nozione di unità produttiva così come fino ad ora elaborata dalla giurisprudenza<sup>(27)</sup>.

Con riguardo poi al conflitto collettivo, le nuove pratiche rivendicative la cui formazione è facilitata dalla capacità aggregativa dei *social*, generano modalità di contrasto al datore di lavoro anomale rispetto a quelle

---

<sup>(23)</sup> F. Di Noia, *Un' agorà digitale per la rappresentanza (e la formazione di una "coscienza di classe") dei lavoratori stranieri in agricoltura*, LLI, n. 2/2019.

<sup>(24)</sup> S. Bini, *Il social network: da luogo a soggetto della rappresentanza sindacale digitale?*, LLI, n. 2/2019; B. Caponetti, *Social media e rappresentanza aziendale. quali scenari?*, LLI, n. 2/2019; L. Imberti, *La nuova "cassetta degli attrezzi" del sindacato tra spazi fisici e luoghi digitali. L'esperienza di Toolbox Cgil di Bergamo*, LLI, n. 2/2019; G. Pacella, *Le piattaforme di food delivery in Italia: una indagine sulla nascita delle relazioni industriali nel settore*, LLI, n. 2/2019.

<sup>(25)</sup> S. Donà, M. Marocco, *Diritto di assemblea ex art. 20 st.lav. e nuove tecnologie digitali*, LLI, n. 2/2019; R. Di Meo, *I diritti sindacali nell'era del caporalato digitale*, LLI, n. 2/2019.

<sup>(26)</sup> F. Algieri, *Innovazioni Tecnologiche tra Forma e Sostanza del Contratto Collettivo*, F. Marasco, *Nuove forme di contrattazione sindacale nelle relazioni industriali su piattaforma*, LLI, n. 2/2019.

<sup>(27)</sup> A. Donini, *Il luogo per l'esercizio dei diritti sindacali: l'unità produttiva nell'impresa frammentata*, LLI, n. 2/2019.

tradizionalmente riconducibili alla nozione di sciopero rispetto alle quali si discute la riconducibilità o meno sotto la coperta dell'art. 40 Cost. <sup>(28)</sup>.

La raccolta del consenso mediante i *social* produce, inoltre, molteplici questioni in merito alla tutela della privacy del lavoratore <sup>(29)</sup>, soggetto ad una possibile profilazione da parte del datore di lavoro, così come l'esternazione del consenso del lavoratore si riflette sui limiti "interni" del diritto di critica<sup>(30)</sup>.

Di qui, la complessità dei lavori proposti non ha l'ambizione di essere esaustiva delle possibili dinamiche attuali, ma sembra costituire una importante narrazione di questioni non trascurabili e che soltanto apparentemente, come potrà leggersi nei contributi, possono sembrare futuristiche.

## Bibliografia

- Casini L., *Googling Democracy? New Technologies and the Law of Global Governance: Afterword to Eyal Benvenisti's Foreword*, in *EJIL* 2018, vol. 29, n. 4, 75.
- Diamond W. J., Freeman R. B., *Will unionism prosper in cyber-space? The promise of the internet for employee organization*, in *BJIR*, 2002, 569-59.
- Freeman R. B., *From the Webbs to the Web: The Contribution of the Internet to Reviving Union Fortunes*, in *Trade Unions: Resurgence or Demise?*, London, Routledge, 2005, 162-184
- Greene A.M., Kirton G., *Possibilities for remote participation in trade unions: mobilising women activists*, *IRJ*, 2003; 319-333.
- Forbicini M., *La contrattazione aziendale e l'impatto sui Social Media*, in *LLI*, n.2/2018.
- L. Gallino, *Tecnologia e democrazia. Conoscenze tecniche e scientifiche come beni pubblici*, Torino, Einaudi, 2007.
- Harsin J., *Un guide critique des fake news: de la comédie à la tragédie*, in *PRFCPC*, 2018, 99-119.
- How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions*, in *The New York Times*, 17 marzo 2018.
- Lassandari A., *Il sistema di contrattazione collettiva oggi: processi disgregativi e sussulti di resistenza*, in *LD*, 2016, 975.
- Magnani M., *Nuove Tecnologie e diritti sindacali*, in *LLI*, 2/2019.
- Mancini C., *Il sindacato di fronte all'economia di internet: "Idea diffusa", l'intelligenza collettiva della Cgil*, in *LLI*, n.1/2018.
- Panagiotopoulos P., Barnett J., *Social Media in Union Communications: An International Study with UNI Global Union Affiliates*, in *BJIRE*, 2014, 508-532.
- Panagiotopoulos P., *Towards unions 2.0: rethinking the audience of social media engagement*, *NTWE*, 2012, 178-192.
- Peetz D., Murray G., Muurlink O., May M., *The meaning and making of union delegate networks*, in *ELRR*, 2015, 596-613.

---

<sup>(28)</sup> O. La Tegola, *Social media e conflitto: in nuovi strumenti dell'attività sindacale*, *LLI*, n. 2/2019; A. Rota, *Tecnologia e lotta sindacale: il netstrike*, *LLI*, n. 2/2019.

<sup>(29)</sup> A. Ingraio, *Data-driven management e strategie collettive di coinvolgimento dei lavoratori per la tutela della privacy*, *LLI*, n. 2/2019.

<sup>(30)</sup> F. D'Aversa, *Il diritto di critica (anche sindacale) nell'epoca dei Social Media e degli altri sistemi di interazione sociale*, *LLI*, n. 2/2019.

- Rego R., Marques Alves P., Naumann R., Silva J., *A typology of trade union websites with evidence from Portugal and Britain*, in *EJIR*, 2014, 197-205.
- Rodotà S., *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Roma-Bari, 2004,
- Rogers B., *Social Media and Worker Organizing Under U.S. Law*, in *IJCLLR*, Paper No. 2018-37.
- Schmitt C., *Dottrina della costituzione*, Milano, 1984, 321.
- Srnicek N., *Platform Capitalism*, Polity Press, Milano nella traduzione italiana *Il capitalismo digitale*, Luiss Press, 2017.
- Sunstein R., *#republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press, 2017.
- Varian H.R., *Beyond Big Data*, *BE*, 2014, 27–31.
- Tullini P., *L'economia digitale alla prova dell'interesse collettivo*, in *LLI*, n.1/2018
- Zuboff S., *Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization*, *JIT*, 2015; 75–89;
- Zuboff S., *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, PublicAffairs, nella traduzione italiana, *Capitalismo di sorveglianza, Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss Press, Roma, 2019.