

Capitolo primo

In principio era il web

«In principio era il web e il web era presso Dio e il web era Dio»: potremo un giorno recitare questi versi con la meraviglia con cui leggiamo l'apertura del *Vangelo* di san Giovanni, «In principio era il Verbo e il Verbo era presso Dio e il Verbo era Dio ... In lui era la vita e la vita era la luce degli uomini, la luce splende nelle tenebre e le tenebre non l'hanno vinta»¹?

Non c'è oggi aspetto della nostra vita quotidiana, gli affetti e la famiglia, il lavoro e l'economia, la scuola e la ricerca, la politica e la società, la cultura e la lettura, il consumo e il denaro, l'amore e l'erotismo, perfino la religione e la preghiera, che non passi attraverso internet, non ci tenga legati al monitor di un computer, lo specchio nero di un tablet, il caleidoscopio di luci dello smartphone.

Su giornali e libri, siano ancora di carta o già online, il web è considerato di volta in volta idolo del XXI secolo, Vitello d'Oro che tutto corrompe, o tavola della Legge Digitale che tutti ci salverà. Ogni bene e ogni male del nostro tempo sono attribuiti al web, insieme bandiera degli oppressi e arma del potere, angelo che ci libera dalla «tirannia della distanza»² e demone che ci esilia per sempre dalla realtà.

Il web emancipa l'Africa con i micropagamenti via

¹ *Vangelo secondo Giovanni*, 1,1-5, *La Bibbia di Gerusalemme*, EDB, Bologna 2009.

² La definizione è dello storico australiano Geoffrey Blainey.

cellulare e, linkando scuole e ospedali, facilita lo sviluppo delle aree piú povere del continente, scrive il settimanale «The Economist», persuaso che l'opinione pubblica del mondo digitale ricrei l'antica agorà dei Greci, un foro dove i leader si confrontano con i cittadini, accettandone critiche e insulti. Staremmo tornando ai caffè del Settecento, quelli di Goldoni a Venezia sull'elegante modello britannico, dove tra confusione, pettegolezzi e conversazioni esasperate, alla fine, nascono le idee nuove.

La tesi dell'«Economist» non persuade chi teme che il web ci renda ignoranti imponendo la cultura omogeneizzata dell'enciclopedia Wikipedia, dove come mi ha detto un esperto di rete «una voce è stilata dal massimo studioso della materia, la seguente da suo figlio, bocciato in tutte le materie...» Il motore di ricerca Google ci trasforma in cyberzombie incapaci di giudizi autonomi, assicura Nicholas Carr, finalista al premio Pulitzer di giornalismo. E l'amato Facebook, sterminato continente di un miliardo di cittadini, caro ai teenager e ai loro genitori e nonni? È affettuoso circolo di amicizie e familiarità o deserto dove ci aggiriamo, eremiti senza speranza, come teme lo scrittore Stephen Marche sulla rivista americana «The Atlantic»? Da Berna il sociologo Axel Franzen, angosciato, si interroga se non sia in realtà l'intero web, non solo Facebook, a isolarci in noi stessi. Nel giro di tre anni, in un crescendo di angoscia, l'autorevole «The Atlantic» ha prima paventato con Carr che il web sia il Paese dei Balocchi e noi Pinocchi e Lucignoli pronti a trasformarci in asinelli, poi con Marche che ci releghi in un Castello di Kafka online e infine, citando il quotidiano finanziario «Wall Street Journal» e ponderose ricerche della Columbia University e dell'University of Pittsburgh, che ci renda «maleducati, aggressivi, volgari, egoisti»: internet contro il galateo di Monsignor Giovanni Della Casa.

Gli ottimisti non tardano a contrattaccare. Padre Antonio Spadaro, direttore della «Civiltà Cattolica», storica rivista dei Gesuiti, fonda la scuola di cybertheology e predica, pioniere online, «Dio è un hacker», un celeste pirata informatico. Lo studioso Clay Shirky della New York University intravede nel web un Rinascimento culturale, dove Leonardo e Michelangelo si nutrono al «surplus di conoscenza» che arricchisce l'umanità. Dalla Law School di Harvard David Weinberger si dice certo che

la conoscenza è oggi una proprietà della rete, e la rete abbraccia le imprese, i governi, i media, i musei, le collezioni private e le menti che comunicano tra loro. Che la conoscenza sia una proprietà della rete significa più del fatto che le folle (crowd) possano avere ... una forma di saggezza ... più del fatto che in certi casi i gruppi siano più intelligenti del loro membro più intelligente ... Quando la conoscenza entra a far parte di una rete, la persona più intelligente della stanza non è la persona che tiene la lezione davanti a noi, né è la saggezza collettiva delle persone presenti. La persona più intelligente nella stanza è la stanza stessa: la rete che unisce persone e idee presenti, e le collega con quelle all'esterno³.

Per quanto il professor Weinberger delimiti con serietà il suo manifesto, colpisce lo slogan «la stanza è più intelligente dei suoi occupanti»: nel partecipare a un dibattito online è la rete del sapere, la biblioteca stessa, il vero Maestro, discepoli sono gli utenti che chattano insieme.

Ha molti dubbi Cass Sunstein, altro giurista della facoltà di giurisprudenza di Harvard che ha fatto parte della prima amministrazione Obama e ha scritto il brillante saggio *Voci, gossip e false dicerie. Come si diffondono, perché ci crediamo, come possiamo difenderci*⁴. Secondo Sunstein non solo «la stanza» della rete non supera

³ David Weinberger, *La stanza intelligente*, Codice Edizioni, Torino 2012, p. XIV.

⁴ Cass Sunstein, *Voci, gossip e false dicerie. Come si diffondono, perché ci crediamo, come possiamo difenderci*, Feltrinelli, Milano 2010.

l'intelligenza collettiva dei cittadini che la frequentano, ma al contrario rischia di peggiorarne le opinioni producendo «l'effetto eco nella stanza», vale a dire un meccanismo per cui ognuno risente solo la propria voce, le proprie idee, amplificate da chi è d'accordo e perdendo progressivamente critiche e dissensi:

Il pericolo maggiore dell'«eco nella stanza» è l'estremismo ingiustificato. È assodato il fenomeno dei gruppi di individui che la pensano allo stesso modo e, dopo essersi confrontati tra di loro, finiscono per credere a una versione più radicale ed estrema della loro prima idea col pericolo di arrivare a una situazione in cui la gente demonizza chiunque sia in disaccordo: un rischio reale per le nostre democrazie⁵.

Il timore di Sunstein che la rete non ci renda più connessi, democratici e intelligenti, come vogliono Shirky e Weinberger, ma più populistici e conformisti, è condiviso da Evgenij Morozov dell'Università di Stanford e da Eli Pariser, attivista fondatore del movimento politico americano MoveOn.org, uno dei primi a mobilitarsi via social media. Pariser, nel saggio *Il filtro, quello che internet ci nasconde*⁶, argomenta che gli algoritmi di Google, i misteriosi e affascinanti filtri che selezionano le nostre domande online al motore di ricerca, non sono affatto casuali, ma basandosi sulle nostre precedenti richieste ci guidano verso gusti, opinioni, persone, ambienti, «stanze» di Weinberger a noi affini, allontanandoci da quelli disomogenei. Poco importa se si tratta di consumi, il campeggiatore abituale non se ne avrà a male se cercando la meta delle vacanze non vede nelle proposte delle prime «videate», come si definiscono in gergo le offerte più viste, alberghi a sei stelle, né il frequentatore chic del lussuoso Mandarin Hotel si risentirà se prima del bungalow senza doccia sulla spiaggia gli offriranno una suite panoramica.

⁵ Cass Sunstein, *The Echo Chamber Revisited*, www.onthemedial.org, 2011.

⁶ Eli Pariser, *Il filtro, quello che internet ci nasconde*, il Saggiatore, Milano 2012.

Ma se parliamo di idee politiche, di religione, di elezioni, di scontri etnici in Libano, Movimento 5 Stelle e Beppe Grillo, la Lega Nord, Occupy Wall Street, il Tea Party, Monti, Berlusconi e Bersani, Obama e la Merkel, Alba Dorata, i Veri Finlandesi, pro e contro l'aborto, effetto serra sí o no, staminali e Ogm, ecco che essere rinchiusi nella propria «stanza», con i propri simili e basta, rischia di isolarci. Avrà magari ragione il professor Weinberger a sperare che «la stanza» finisca per essere piú intelligente di tutti noi, ma la storia ideologica del xx secolo è purtroppo piena di esempi in cui individui e teorie «intelligenti» hanno poi innescato conformismi, deprimenti in democrazia, tragici nei sistemi totalitari. Anche la «stanza» piú smart dell'online può essere occupata in fretta da uomini a una dimensione, poco importa se digitale. Nei *Promessi sposi* l'esperienza di Renzo Tramaglino all'osteria durante i tumulti di Milano non ci fa scommettere nella direzione della «stanza intelligente», piú verso il negativo «effetto eco» di Sunstein. La folla spesso confonde anche le migliori intenzioni.

Discutendo sul quotidiano «The New York Times» del saggio di Pariser, Morozov annota con arguzia:

«Basta googlarlo no?» è ormai la risposta cyber-snob a ogni domanda che sembra troppo banale per una conversazione decente tra esseri umani. Ma è una risposta seria? Ora che i siti internet disegnano i propri servizi su misura per i gusti privati dei singoli consumatori, ricerche per «cambiamenti climatici», «cellule staminali» o perfino «pizza» daranno esiti diversi per diverse persone. Sarà anche che la nostra è l'era in cui ognuno crede di avere diritto ai propri «fatti», ma abbiamo anche diritto ai «nostri» risultati di ricerca online? Google guarda alle vostre precedenti ricerche (e ai click che le seguono) e ridefinisce in accordo i propri risultati di ricerca. Se cliccate sui blog del pettegolezzo come Gawker piuttosto che su Netflix in cerca di nomi di stelle del cinema, i link di Gawker vi appariranno per primi. Allo stesso modo, se avete centinaia di amici su Facebook vedrete le novità della cerchia piú stretta, perché Facebook si basa sulle vostre interazioni piú frequenti per stabilire chi vi è piú caro. Così se siete un conservatore che clicca solo su link di altri conservatori potete non vedere mai aggiornamen-

ti dai vostri conoscenti progressisti e non conta che abbiate loro concesso «amicizia». Questa selezione rischia di intrappolarci nei nostri gusci privati, come scrive lo studioso Sunstein nel saggio *Republic.com*⁷, temendo che questo sia l'effetto piú pernicioso di internet sulla sfera dell'opinione pubblica. «Il filtro» di Pariser ... avanza lo stesso timore. Ma mentre Sunstein teme che i cittadini vogliano, per libera scelta personale, usare la tecnologia per scegliersi le letture su misura, Pariser ... ha paura che siano le stesse compagnie tecnologiche a fare per noi queste scelte, ben nascoste nell'ombra. Secondo Pariser i filtri personalizzanti servono da invisibile autopropaganda, indottrinando ognuno di noi con le sue stesse idee, amplificando il nostro desiderio per tutto quello che ci è familiare e lasciandoci ignari dei pericoli pullulanti negli oscuri territori di quel che non conosciamo⁸.

In polemica radicale contro gli ottimisti del web, che disprezza come «populisti e utopisti», Morozov scrive il saggio *The net delusion*, l'illusione della rete, titolo attenuato in italiano nel piú soffice *L'ingenuità della rete*, per non irritare forse troppo quello che i giornali insistono affettuosamente nel chiamare «Popolo del web», specialmente ora che l'istituto Censis calcola nel 62,1% la percentuale degli italiani online, piú che raddoppiata dal modesto 27,8% del 2002⁹, e che ai ritmi di crescita attuale sarà presto un 100%. Allora il Popolo del web sarà l'Italia intera.

Esiste davvero il Popolo del web, Arcadia telematica dove pascola il 62,1% di buone intenzioni e fioriscono sentimenti di armonia, gestiti da colti e benigni cyberpastori? O il web è monopolio di astuti, grandi poteri economici, nascosti a far profitti dietro il miraggio della comunità digitale? Jaron Lanier, esploratore della realtà virtuale che incontravo nelle cantine di San Francisco mentre, con guanti neri e sensori elettronici applicati alle dita, in testa trecce dreadlocks da musicista rasta,

⁷ Cass Sunstein, *Republic.com*, il Mulino, Bologna 2003.

⁸ Evgenij Morozov, *Your own facts*, «The New York Times», 10 giugno 2011: cfr. <http://goo.gl/bO7Up>.

⁹ Decimo Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione, *I media siamo noi. L'inizio dell'era biomediativa*: cfr. <http://goo.gl/3KdJo>.

cercava di creare un mondo parallelo di emozioni artificiali, confessa la sua amarezza per il consumismo online e invita alla rivolta nel pamphlet *Tu non sei un gadget*¹⁰: «I blog anonimi, con i loro inutili commenti, gli scherzi frivoli di tanti video», ci hanno ridotto a formichine liete di avere la faccina su Facebook, la battuta su Twitter, la pasquinata grottesca firmata «Ammazzasette» sul sito. Una poltiglia di informazione amorfa rischia di spegnere idee, dibattito, critica, e Lanier lamenta:

Ai tempi della rivoluzione internet io e i miei collaboratori venivamo sempre irrisi, perché prevedevamo che il web avrebbe potuto dare libera espressione a milioni di individui. Macché, ci dicevano, alla gente piace guardare la tv, non stare davanti a un computer. Quando la rivoluzione c'è stata, però, la creatività è stata uccisa, e il web ha perso la dignità intellettuale. Se volete sapere qualcosa la chiedete a Google, che vi manda a Wikipedia, punto e basta. Altrimenti la gente finisce nella bolla dei siti arrabbiati, degli ultras, dove ascolta solo chi rafforza le sue idee.

Lanier potrebbe consolarsi leggendo la storia della battaglia per l'abolizione del bollo sulla stampa, in Gran Bretagna, nel XIX secolo: quando finalmente le tasse vennero cancellate, i riformisti erano certi che la classe operaia si sarebbe riversata a comprare fogli di dibattito politico e militante, scoprendo invece con delusione che si affollava a comprare i nuovi fogli di intrattenimento, varietà e curiosità leggera.

Ripeterà il percorso ottocentesco la discussione su internet? Il pioniere Lanier, come tanti rivoluzionari del Novecento davanti alle conseguenze della loro rivoluzione, non potrebbe essere più amaro:

Ovviamente un coro collettivo non può servire a scrivere la storia, né possiamo affidare l'opinione pubblica a capannelli di assatanati sui blog. La massa ha il potere di distorcere la storia, danneggiando le minoranze, e gli insulti dei teppisti online ossificano il dibattito e disperdono la ragione.

¹⁰ Jaron Lanier, *Tu non sei un gadget*, Mondadori, Milano 2010.

Su questi temi il quotidiano «Il Sole 24 ore» ha tenuto un primo dibattito¹¹ nel 2010: internet sarà un laboratorio di verità e libertà oppure un «oscuro mulino di Satana» dominato da populismo e consumismo? Carlo De Benedetti, editore del gruppo L'Espresso e sperimentatore online con l'«Huffington Post» italiano di Lucia Annunziata, nota che internet non può essere una zona di guerra dove pirati e lobby economiche depremono insieme l'informazione libera, professionale e di qualità. E se Evan Williams, l'imprenditore americano che insieme a Biz Stone ha lanciato in Twitter uno degli strumenti più efficaci di informazione online, ribatte: «Tutto sta nel dare alle persone più potere per fare quello che intendono fare», è facile osservare con De Benedetti che l'«Homo twittericus» non è solo dotato di virtù, ma come tutti gli Homo sapiens anche di violenza, impulsi negativi, intolleranze. Sherry Turkle, psicologa di Harvard che affascinava nel 1985 gli studenti parlando di «second self», il secondo Io che ci fa da specchio nel computer, nei suoi ultimi lavori denuncia malinconica l'alienazione e la frustrazione digitale: il secondo Io ha corroso il nostro primo, più profondo Io.

Crederci che il Popolo del web abbia un «potere» che amministrerà felice e senza regole condivise non ci porterà alla saggia Città del Sole, ma alla legge del più forte, dove grandi lobby, monopolistiche o statali, domineranno, e ai più piccoli non resteranno che la faida e la rissa meschina, in quella che Lanier, in sintonia con Andrea Romano, Miguel Gotor, Michele Ainis, John Tierney, definisce «sindrome della tribù»: credere solo a se stessi e ai propri fedeli e ridurre a nemici tutti gli altri. Williams sostiene che

¹¹ www.ilsole24ore.com, 2010, *Il futuro dei media*, interventi di G. Riotta, C. De Benedetti, N. Negro Ponte, J. Tierney, M. Gotor, M. Ainis, A. Romano, V. Zambardino, C. Rocca, L. Gruber, il blogger Zoro, L. De Biase, R. Cotroneo, A. Masera, L. Sofri, F. Sarcina.

anche su internet non è difficile distinguere la verità dalle frottole ... è normale che su internet circolino molte voci, molti «sentito dire», ma altrettanto rapidamente emergono le fonti attendibili, perché col passare del tempo la reputazione conta.

Sedotto dal nuovo medium che ha creato, e dimentico o ignaro del peso dei contenuti, Williams non vede come il suo ragionamento si fondi solo sull'effimera situazione dell'alba del terzo millennio, in cui old media e new media coesistono ancora, passato e presente insieme, avrebbe detto Antonio Gramsci. Ma domani, quando – come accadrà, e lo sappiamo ormai da anni – il nostro libero dibattito democratico, politico, la nostra economia, la cultura, le opinioni, l'istruzione, la nostra vita intera di cittadini liberi saranno esclusivamente online, nelle «stanze» lodate da Weinberger e temute da Sunstein, chi e come certificherà la «reputazione» delle fonti autentiche? Alla minoranza di ottimisti che auspica «saremo tutti alla pari e meglio così», si può forse ricordare la battuta che al diritto di cronaca del Citizen journalist online dovrebbe corrispondere un analogo diritto di trapanazione del dente del giudizio del Citizen dentist che ha imparato l'ortodonzia online smanettando su Wikipedia e Youtube, ma a cui nessuno di noi si affiderebbe mai in preda al mal di denti. Diritto di parola non è diritto alla credibilità.

Se accediamo ai «Big data», la sterminata massa di informazione online che lievita ogni ora, e poniamo la domanda che animerà queste pagine, *il web ci rende liberi?*, troveremo sostegno a ciascuna delle tesi contrapposte, sempre. Ci sono Citizen journalist pasticcioni che hanno fatto danni durante l'uragano Sandy a New York nel 2012, mentre altri svolgono un ottimo lavoro, per esempio dal fronte di guerra in Afghanistan, o nel commento twitter delle dirette politiche tv in Italia. Non bastano i dati, per Big che siano, servono anche giudizio, filtro, analisi, commento.

Consideriamo la Primavera Araba, storico movimento di ribellione contro le oligarchie in Nordafrica e Medio Oriente, frettolosamente classificata dalla stampa internazionale come un «frutto dei social network, da Twitter a Facebook». Philip Howard e Muzammil Hussain, dell'University of Washington, scommettono enfatici:

Internet, i telefoni cellulari, social media come Facebook e Twitter hanno fatto davvero la differenza. Usando queste tecnologie i cittadini che sognano la democrazia possono costruire dei network, creare capitale sociale, organizzando la base politica con una rapidità senza precedenti nella storia. Grazie alle tecnologie, reti virtuali sono diventate reali nelle strade. I media digitali sono lo strumento dei movimenti sociali per ottenere mete una volta irraggiungibili¹².

È così? Viviamo in un quadro di Delacroix, le barricate di Parigi nell'Ottocento in fiamme, solo che invece di bandiere tricolori i ribelli impugnano iPhone 5? Analizzando i dati della Primavera Araba la realtà appare diversa, meno pittoresca, complessa. Non c'è boom di accessi a Facebook e Twitter nei giorni della rabbia in Tunisia, Egitto e poi in Siria. L'aumento delle iscrizioni ai social network segue, non precede, la rivolta: solo quando la ubiqua rete televisiva Al Jazeera parla nei suoi telegiornali di «Rivolta Twitter», i ragazzi in strada si chiedono: «Perché non sono collegato anche io?», e cominciano a usare i new media. La Primavera Araba, obietta lo studioso Malcolm Gladwell, nasce da miseria e umiliazioni innervate da tradizionali strumenti politici, proprio come nel romanzo *I miserabili* di Hugo due secoli fa, dal feuilleton ai social media. Sono i militanti e i dirigenti, in contatto con la stampa estera, ad avere qualche link in mano, e i rapporti, nei giorni della protesta e dei cortei egiziani al Cairo, piazza Tahrir, si tengono via telefono.

¹² Philip N. Howard, Muzammil M. Hussain, *The Role of Digital Media*, «Journal of Democracy», vol 22, n. 3, luglio 2011, pp. 35-48: cfr. <http://goo.gl/HJJI18>.

Perché insistiamo a ridurre ai soli social media un variegato movimento di rivolta che nasce in Tunisia da un ambulante umiliato che si dà fuoco, connettendo in un attimo movimenti che rifiutano la modernità ad altri che la auspicano? Perché semplificare il nostro mondo a «stanza», magari delegandole il ruolo di più intelligente del clan come vuole Weinberger, è per noi la soluzione più semplice: sogniamo che la realtà virtuale cambi il mondo che noi, in realtà, non sappiamo cambiare. Ecco la delusione del pioniere della realtà virtuale Lanier quando scopre la durezza, la concretezza, la «pesantezza», avrebbe detto Italo Calvino, del presente.

Sarebbe bello che i new media fossero come la bacchetta magica di Harry Potter nell'incantata Scuola di Hogwarts. Un flash e i mostri scompaiono. Invece convivono con il presente, si intrecciano con il passato, fanno solo balenare il futuro. Avete letto abbastanza di «realtà virtuale», di «identità digitale», di *clouds*, le nuvole che raccolgono i nostri documenti non più sugli scaffali, con gli schedari polverosi e le ragnatele, ma in un archivio elettronico senza tempo e luogo. Al punto che davvero siete tentati di credere che il web sia «altro» dalla nostra realtà quotidiana, bene o male vedremo, ma certo etere, spirito, Iperurano. Per resistere alla tentazione seguite i passi di Andrew Blum della rivista «Wired», il cronista che ha cercato nel mondo come davvero «funziona» la rete. Altro che virtualità, il web non trasmetterebbe un solo flirt via Facebook senza cemento, acciaio, cavi, hangar cavernosi dove i server giganteschi hanno bisogno per funzionare di aria condizionata gelida, che ronza assordante via generatori elettrici. John Perry Barlow, autore di brani per la band rock dei Grateful Dead, nella sua *Dichiarazione d'indipendenza del Cyberspazio*¹³ del 1996

¹³ John Perry Barlow, *A Declaration of Independence of Cyberspace*, 1996: cfr. <http://goo.gl/HFDh>.

proclamava: «Governi del mondo industriale, stanchi giganti di carne e acciaio, io vengo dal cyberspazio, la nuova casa della mente». Stupendo, magico, ma Blum ci racconta nel suo libro *Tubes. A journey to the Center of the Internet* come la rete che crediamo virtuale sia in realtà fisica, materiale, concreta. Se mandate una mail dall'Europa verso l'America è facile che passi dal villaggio di Porthcurno, in Cornovaglia, dove fibre ottiche e cavi si inseguono come in un labirinto. A Francoforte, ad Amsterdam, a Londra, gli «Exchange», i crocevia di smistamento del traffico web, sono magazzini senza finestre e tavoli, dove i server e i router indirizzano la comunicazione online, al buio o illuminati dal neon: non sono *clouds*, nuvole, non sono «cyberspazio» virtuale, sono pietra, ferro, vetro. Un black-out prolungato li acceca, un'alluvione li spegne, una bomba ben mirata li rade al suolo, e la cyberguerra che si prepara in tante accademie militari, e in altrettante basi di terroristi, si combatterà sí con i virus come Stuxnet, già usato in Iran, ma anche con l'esplosivo contro i server, come in una classica battaglia di Napoleone¹⁴.

Come scrivono Guido Caldarelli e Michele Catanzaro in *Networks*:

L'11 settembre 2001 le infrastrutture di New York soffrirono una «catastrofe di network», accanto e in parallelo alla tragedia umana. Quando i due aerei dirottati si schiantarono contro le Torri del World Trade Center, si registrò un picco record di telefonate. Tanti cercavano di entrare in contatto con amici e parenti, mentre polizia e protezione civile organizzavano i soccorsi. I network delle compagnie telefoniche furono sopraffatti di chiamate e la gente si mise in coda ai pochi telefoni in strada a Manhattan. L'attacco danneggiò l'ufficio centrale della compagnia telefonica Verizon interrompendo 200 000 linee. La rete AT&T, ospitata negli scantinati delle Torri Gemelle, fu distrutta. Quando i telefoni smisero di funzionare, si provò con internet, ma anche le comunicazioni wireless erano bloccate. L'eco-

¹⁴ Cfr. Andrew Blum, *Tubes. A Journey to the Center of the Internet*, Ecco, New York 2012.

nomia digitale si fermò. Ci vollero sei giorni prima che la Borsa riaprisse e mesi prima che i servizi tornassero alla normalità. I terroristi dimostrarono che nessun network è isolato. Le infrastrutture fisiche e quelle virtuali sono innestate nel cyberspazio dove energia, informazione, trasporti, comunicazione, convivono. La rete elettrica sostiene internet che ospita il WWW, che lancia email, servizi, social network, siti di informazione e sistema di condivisione dei file. Molte nostre attività, il controllo dei voli, le banche, la gestione delle emergenze e i servizi commerciali, dipendono dal web. Una catastrofe in qualunque punto del cyberspazio colpirà molti altri livelli, in modo del tutto imprevedibile¹⁵.

Se guardiamo alla rete con sereno realismo – «niente Viva e niente Abbasso» suggeriva in un racconto Elio Vittorini – ci accorgiamo che giornali, libri, web, tv, old e new media, la vita quotidiana on e offline, si mischiano in ogni nostro gesto, senza fratture. Il web non è Eden o Inferno, siamo noi, è la nostra vita, i fatti e le fantasie, i bisogni e le speranze ricamati insieme da un software meraviglioso.

Nulla di nuovo sotto il sole, dunque, come lamentava il più scettico dei profeti, l'Ecclesiaste dell'Antico Testamento? Il web non è altro che una biblioteca mobile, con dei cavi e delle fibre al posto degli scaffali di legno? Niente affatto, e crederlo sarebbe un errore altrettanto grave che attribuire ogni progresso e ogni male al web. Perché la mobilità del web, la fine della «tirannia della distanza», connettono l'umanità in una comunità globale mai conosciuta nella storia. È sfida e privilegio della nostra generazione debuttare in questo sapere universale. Lo storico Fernand Braudel racconta come il panorama «naturale» che ammiriamo sulle rive del mar Mediterraneo nei giorni d'estate non sia affatto «naturale»: quando Odisseo solcava infelice quelle stesse acque magnifiche non vedeva fichidindia, agavi,

¹⁵ Guido Caldarelli, Michele Catanzaro, *Networks. A very short introduction*, Oxford University Press, Oxford 2012, p. 40.

altre piante grasse arrivate dalle Americhe, i cipressi arrivati via Persia, o gli eucalipti originari dell'Oceania. Ci sono voluti secoli perché il panorama «mediterraneo» che amiamo si formasse grazie a mercanti, viaggiatori, guerrieri, predicatori, emigranti, e la macchia di arbusti, la vite e l'ulivo «classici», accogliessero i nuovi venuti. Sul web, ogni giorno, è altrettanto radicale il mutamento culturale del nostro panorama, ma non richiede più generazioni, secoli, per manifestarsi. A ogni stagione muta, ci meraviglia, illude, inorgoglisce, deprime o talvolta ci fa provare insieme tutti questi sentimenti. Ai tempi dello zar una lettera impiegava un anno e mezzo per arrivare da Mosca in Siberia e altri diciotto mesi ci volevano perché la risposta raggiungesse la Corte. Ora un video antislamico innesca rivolte sanguinose, un video comico di adolescenti coreani fa ballare il mondo, tutto insieme, in un click, Gangnam Style si ride o si muore.

La rapidità frenetica ci disorienta. Prima dell'età dell'agricoltura i nostri antenati hanno passato centinaia di migliaia di anni vivendo di caccia e di raccolta di piante selvatiche, poi per una decina di millenni siamo stati agricoltori, accoppiando via via i commerci all'economia, la cultura, la tradizione di quel mondo. Soli duecento anni stanno consumando la rivoluzione industriale, così in fretta che il regista Danny Boyle ha potuto già celebrarla con nostalgia nella cerimonia inaugurale delle Olimpiadi di Londra 2012 come fosse un mitologico elemento del passato. In pochi anni l'economia e il sapere digitale aprono la terza era dell'umanità, con l'«additive manufacturing» delle stampanti 3D a cambiare il modo in cui costruiamo oggetti, non più operai e neppure artigiani, basta un disegno al computer per elaborare in casa un martello di nostra fattura. Come assorbire così in fretta i mutamenti che i nostri padri e madri assorbivano in generazioni? Il risultato è un dibattito che schizza in tutte le direzioni, con tutti gli umori, le speranze e le paure

mischiati: per dirimerli occorrono pazienza, ragione e umiltà. Difficile trovare la formula secca che definisca il «web» nella sua natura, è un mondo intero, il nostro, restio a farsi contenere da uno slogan, per quanto brillante la moda lo renda in quel momento.

Nella «Furia della caducità»¹⁶ del nostro presente la tecnologia è accusata di avere devastato l'occupazione nel mondo occidentale, dalla robotica che ha svuotato le linee di montaggio in fabbrica, all'elettronica, all'informatica e alla cibernetica che hanno reso gli uffici un deserto di video, gli aeroporti uno slalom tra macchinette per gli imbarchi al posto delle «signorine» di un tempo con la divisa blu disegnata dalle Sorelle Fontana. Dove, in banca, alla posta, perfino nei ristoranti fast food, avevamo a che fare con un essere umano, che si guadagnava così uno stipendio, oggi sfioriamo con i polpastrelli dei touch screen per ottenere banconote, carte d'imbarco, bonifici, francobolli e hamburger. Una lunga linea di impiegati svanisce nel nulla, malinconiche «anime morte» di Čechov.

Prima però di intristirci troppo sulle negative conseguenze sociali di web e tecnologia ecco, in contraddizione, il rapporto McKinsey piccole e medie imprese e produttività web¹⁷. Il digitale crea nuovo lavoro, mentre distrugge l'antico, e non sempre il saldo è in passivo: già oggi, se misurati come settore indipendente, i consumi e le spese relative a internet competono con agricoltura ed energia. Internet rappresenta il 3,4% del prodotto interno lordo dei paesi del G8, di Brasile, Cina, India, Sud Corea e Svezia, e l'economia web è grande quanto il Canada, crescendo a un ritmo più rapido del Brasi-

¹⁶ *La furia della caducità* è il titolo di un bel libro di poesie di Hans Magnus Enzensberger, tradotto in italiano da SE, Milano 1987.

¹⁷ Rapporto McKinsey Global Institute, *The social economy. Unlocking value and productivity through social technologies*, luglio 2012, a cura di M. Chui, J. Manyika, J. Bughin, R. Dobbs, C. Roxburgh, H. Sarrazin, G. Sands e M. Westergren: cfr. <http://goo.gl/mubCU>.

le. Se, dopo la crisi del 2008, il mercato globale riduce l'occupazione in Occidente, il web crea invece 2,6 posti di lavoro per ognuno che si perde, chiudendo il gap che semina tanto livore nell'opinione pubblica. Su un campione di 4800 piccole e medie imprese internazionali, il rapporto McKinsey stima la crescita legata al web al 21% dal 2000, il doppio del decennio precedente. I paesi nuovi, India e Cina, crescono nell'ecosistema internet a un tasso del 20% annuo. Perfino in un paese che per ora non fa da lepre tecnologica, come l'Italia, i rapporti a disposizione (Digital advisory group, Akamai) concordano sul 2% del Pil legato alle nuove tecnologie, con 700 000 posti creati, 1,8% in più di quelli perduti. In Francia internet crea invece 2,4 posti per ognuno perduto. McKinsey stima che due miliardi di esseri umani lavorino su internet, con effetti benefici sulle piccole aziende, tipiche del nostro paese: chi sa innovare produzione e distribuzione via digitale, e-commerce e software, gode di un aumento della produttività del 10%. I marchi che progettano e producono con sistemi web 2.0 hanno crescita doppia dei concorrenti legati a un modello tradizionale.

E allora? Web officina pulsante o web ammazza lavoro? Siamo smarriti nella rapidità del mutamento, perduti in un labirinto dove vero e falso si alternano furiosi, incerti tra web macchina del bene e fucina del male. La nostra esperienza quotidiana ci confonde: quante volte l'accesso a internet ci ha esaltato e quante altre ci ha fatto infuriare, tra curiosità e depressione, malinconia e felicità? Quanto, sul web, abbiamo imparato, e quanto invece ci sembra di sprecare, di ideali, tempo, noi stessi? Quante volte la volgarità dei troll, i buffoni digitali, ci ha disgustato, e quante invece ci è sembrato che in noi stessi si nascondesse un troll? Ma in quante altre occasioni un volto, un'idea, un esempio, una storia che temevamo dispersa ci hanno sorpreso online, commuovendoci?

Grande disordine sotto il cielo digitale: il web ci rende liberi o ci opprime, ci arricchisce o ci rende miserabili? Nell'universo digitale saremo ignoranti, colti, felici, infelici, soli o pieni di amici? Una ricerca su Google potrà darvi elementi per sostenere – con serietà accademica, e perfino un pizzico di sussiego – ciascuna di queste tesi. Gli istituti universitari, le riviste specializzate, i siti piú eleganti sono colmi di Big Data ad hoc, perché «se tutto è stato fatto per mezzo del web», online troverete materiale per tutte le stagioni e tutte le ragioni.

Il cammino di queste pagine andrà perciò in direzione diversa. Per intendere come il web condizioni la nostra vita, e come la nostra opera quotidiana trasformi in parallelo il web, dobbiamo allontanarci dalla rete che tanto ci affascina e ossessiona. Dobbiamo guardare a noi, gli artefici e artigiani della tecnologia, prima che al software e all'hardware. Come Perseo vince Medusa perché non ne fissa lo sguardo impietrante, ma si orienta grazie allo scudo lucidato a specchio da Atena, noi per capire il web e il nostro tempo dobbiamo prima comprendere noi stessi, cittadini del terzo millennio, e non lasciarci impietrire dalla Gorgone high-tech.

Nel Novecento le icone si opponevano sempre tra loro: la bandiera rossa della rivolta contro il cappello a cilindro dei capitalisti; l'automobile di *American Grafitti* e i fiori degli hippie al Festival di Woodstock; il Kalašnikov AK-47, l'arma che ha ucciso piú esseri umani dell'atomica e il vaccino antipolio di Sabin; il Lager di Auschwitz e il gulag della Kolyma opposti ai pacifisti Gandhi e Martin Luther King; il DNA degli scienziati Watson e Crick e le stragi dell'industria a Bhopāl e Cernobyl'. Considerate questi simboli e personalità oggi: tutti nascerebbero online, oppure online si perderebbero. Politica Buona e Cattiva, Scienza del Bene e dell'Orrore, Benessere e Ascesi tutti uniti nello stesso dominio «.com». Nella breve guerra al confine tra Gaza

e Israele del novembre 2012 l'IDF, l'esercito israeliano, e le Brigate Qassam, i miliziani di Hamas, dopo ogni bombardamento si coprivano di sarcasmi e insulti dalle opposte trincee degli account twitter, @IDFspokesperson e @AlqassamBrigade.

Convivono oggi sul pianeta Terra due generazioni, l'ultima del Novecento e la prima del terzo millennio. Hanno la sorte comune di esistere nella grande transizione dal secolo delle Masse, il xx, al secolo Personal, il xxi: siamo noi, padri e madri e figli e figlie, l'umanità decisiva perché online il Buio non prevalga sulla Luce. A patto di alimentare nei nuovi media digitali valori classici, tolleranza, ragione, equanimità, curiosità, allegria, critica soprattutto a noi stessi, libertà, dialogo, confronto.