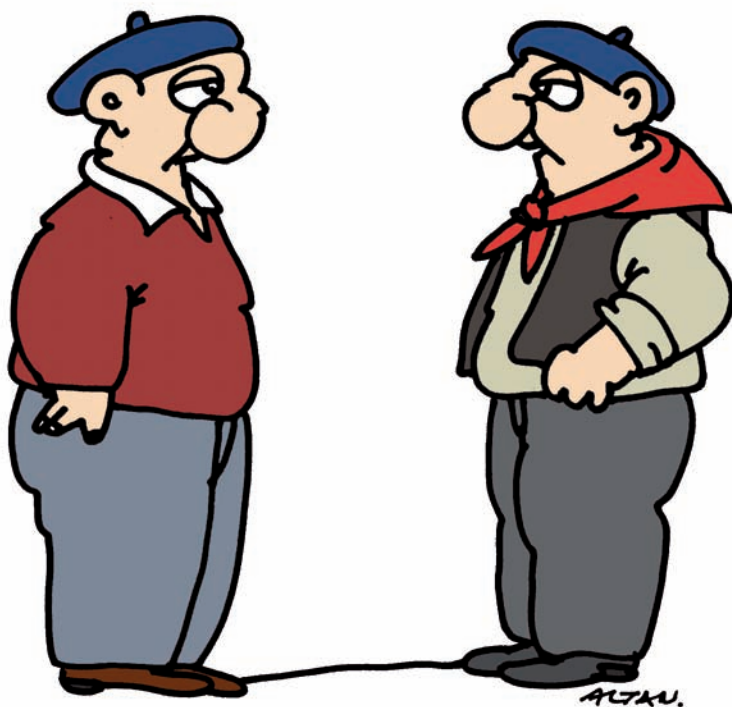


storia. e memoria

SIAMO BRACCATI
DAL WEB.

SALIAMO
IN MONTAGNA
CHE NON C'E'
SEGNALE.



TARIFFA REGIME LIBERO: - POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - 70% - DCB GENOVA

ISSN: 1121-9742

1

RIVISTA SEMESTRALE
ANNO XXIX • N° 1/2020
€ 12,00
ILSREC
ISTITUTO LIGURE
PER LA STORIA
DELLA RESISTENZA
E DELL'ETA'
CONTEMPORANEA
"RAIMONDO RICCI"

DEMOCRAZIA
E WEB



*Questo numero esce con il patrocinio e il contributo
di Regione Liguria*



Si ringrazia per il sostegno finanziario Coop Liguria



Storia e Memoria

Rivista semestrale



Istituto ligure per la storia della Resistenza e dell'età contemporanea "Raimondo Ricci"

COMITATO DI DIREZIONE

direttore

Carlo Rognoni

condirettore

Guido Levi

direttore responsabile

Waldemaro Flick

Paolo Battifora, Alberto de Sanctis, Franco Gimelli, Daniela Preda,
Giacomo Ronzitti, Vincenzo Roppo, Giovanni Battista Varnier

COMITATO SCIENTIFICO

Alberto De Bernardi, Alberto de Sanctis, Marcello Flores, Agostino Giovagnoli,
Antonio Moreno Juste, Guido Levi, Juan Carlos Pereira, Daniela Preda, Carlo Rognoni,
Giacomo Ronzitti, Donald Sassoon, Maria Elisabetta Tonizzi, Andreas Wilkens

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Paolo Battifora, Roberta Bisio, Donatella Chiapponi, Alessio Parisi

In copertina

Vignetta di Altan

Il volume è stato curato da Luca Pesciera

Gli articoli della rivista contrassegnati con asterisco sono stati sottoposti a una *double-blind peer review*, con valutazione di due *referee* anonimi esterni alla redazione. Gli atti della procedura di revisione sono consultabili nella pagina con le *Indicazioni per gli autori* e sul sito dell'ILSREC (www.ilsrec.it).

La rivista esce in fascicoli semestrali:

un numero 12 euro, arretrato 12 euro.

Abbonamento annuo: 20 euro, per l'estero 30 euro

da versare sul c/c p. n. 18326165 intestato a

Istituto ligure per la storia della Resistenza e dell'età contemporanea "Raimondo Ricci"

via del Seminario 16, 16121 Genova

Causale "**Storia e memoria**", numero e annata

o attraverso bonifico – codice iban: **IT46B0617501400000001038180**

www.ilsrec.it/categoria/riviste/storia-e-memoria/

ISSN: 1121 - 9742

Finito di stampare nel mese di marzo 2020

per conto dell'Istituto ligure per la storia della Resistenza e dell'età contemporanea "Raimondo Ricci"

presso Microart, via Arbora 3, 16036 Avegno (GE)

autorizzazione Tribunale di Genova numero 37 del 13/10/1992

Copyright © 2020 Istituto ligure per la storia della Resistenza e dell'età contemporanea "Raimondo Ricci"

CONSIGLIO GENERALE

Giacomo Ronzitti, *Presidente*

Giancarlo Piombino, *Presidente onorario*

Sergio Aveto
Giuseppe Balduzzi
Paolo Battifora
Massimo Bisca
Roberta Bisio
Marco Bucci
Andrea Burlando
Giosiana Carrara
Fernanda Contri
Chiara De Negri
Prudenziati
Waldemaro Flick

Luca Garibaldi
Aldo Gastaldi
Mario Ghini
Valentina Ghio
Antonio Gibelli
Marco Granara
Paola Guidi
Guido Levi
Franco Lupo
Gianluca Mambilla
Igor Manni
Giuseppe Manzitti

Maria Elisabetta Tonizzi, *Vice Presidente*

Giovanni Battista Varnier, *Vice Presidente*

Iole Murruni
Luca Parodi
Paolo Perfigli
Giuseppe Pericu
Marco Peschiera
Alessandro Piana
Franco Praussello
Cristina Quaglia
Carlo Repetti
Alessandro Repetto
Laura Repetto
Carlo Rognoni

Vincenzo Roppo
Gilberto Salmoni
Leonardo Santi
Giovanni Toti
Mario Tullo
Elvio Varni
Federico Vesigna
Arianna Viscogliosi
Stefano Zara

COMITATO DI PRESIDENZA

Giacomo Ronzitti, *Presidente*

Giancarlo Piombino, *Presidente onorario*

Maria Elisabetta Tonizzi, *Vice Presidente*

Giovanni Battista Varnier,
Vice Presidente – Direttore scientifico

Roberta Bisio, *Segretario generale*

Andrea Burlando, *Tesoriere*

Paolo Battifora,
Coordinatore scientifico

Carlo Rognoni,
Direttore rivista "Storia e memoria"

Guido Levi,
Condirettore rivista "Storia e memoria"

Marco Peschiera,
Direttore periodico on line "rete delle idee"

Alberto Ghio, *Presidente Collegio dei Revisori
Contabili*

Franco Gimelli, *Presidente Collegio dei
Garanti*

COLLEGIO DEI REVISORI CONTABILI

Alberto Ghio, *Presidente*

Andrea Sassano, *Vice Presidente*

Bruno Fossa

Sergio Gibellini

Cleto Piano

COLLEGIO DEI GARANTI

Franco Gimelli, *Presidente*

Maria Pia Bozzo, *Vice Presidente*

Elio Bianchini

Miryam Kraus

Anna Romanzi Molina

COMITATO SCIENTIFICO

Giovanni Battista Varnier, *Direttore*

Paolo Battifora, *Coordinatore*

Roberta Bisio

Giosiana Carrara

Alessandro Cavalli

Chiara Dogliotti

Franco Gimelli

Irene Guerini

Giuseppe Manzitti

Giovanni Marongiu

Marco Pluviano

Franco Praussello

Giacomo Ronzitti

Vincenzo Roppo

Roberto Tolaini

Responsabile Archivio e Biblioteca

Roberta Bisio

RIVISTA "Storia e memoria"

Comitato di Direzione

Carlo Rognoni, *Direttore*

Guido Levi, *Condirettore*

Waldemaro Flick, *Direttore responsabile*

Paolo Battifora

Alberto de Sanctis

Franco Gimelli

Daniela Preda

Giacomo Ronzitti

Giovanni Battista Varnier

Comitato Scientifico di "Storia e memoria"

Alberto De Bernardi

Alberto de Sanctis

Marcello Flores

Agostino Giovagnoli

Antonio Moreno Juste

Guido Levi

Juan Carlos Pereira

Daniela Preda

Franco Praussello

Carlo Rognoni

Giacomo Ronzitti

Vincenzo Roppo

Donald Sassoon

Maria Elisabetta Tonizzi

Andreas Wilkens

Segreteria di Redazione

Paolo Battifora

Roberta Bisio

Donatella Chiapponi

Alessio Parisi

"rete delle idee" periodico on line

Comitato di Direzione

Marco Peschiera, *Direttore responsabile*

Gianluca Mambilla

Giuseppe Manzitti

Paolo Perfigli

Franco Praussello

Carlo Rognoni

Giacomo Ronzitti

Segreteria di Redazione

Alessio Parisi

Indice

<i>Carlo Rognoni</i>	L'Editoriale Nuovi partigiani per l'epoca digitale	9
	DEMOCRAZIA E WEB	
<i>Antonello Soro</i>	L'influenza del digitale nelle dinamiche democratiche	17
<i>Antonio Nicita</i>	Dai Big Data (e dalle Big Tech) alle Big Rules? Il tempo delle scelte pubbliche	25
<i>Gianmarco Montanari</i>	La rivoluzione dell'economia immateriale	41
<i>Gustavo Ghidini</i>	La resistibile (?) ascesa dei "titani della rete"	45
<i>Sebastiano Maffettone</i>	L'Etica pubblica nel mondo dei social network	51
<i>Mauro Calise</i>	Perché la sinistra non sa giocare al digitale	67
<i>Michele Mezza</i>	Cambridge Analytica: la storia del golem che vuole sostituirsi alla democrazia	77
<i>Giancarlo Vilella</i>	La moderna democrazia tra Europa e tecnologia	93
<i>Luca Balestrieri</i>	Usa-Cina: la Grande Sfida del secolo	111
<i>Luciano Violante</i>	Rifondare la democrazia nella società digitale	123
<i>Milena Gabanelli e Simona Ravizza</i>	Matteo Salvini e «La Bestia»: come catturare 4 milioni di fan sui social	127
	Alcuni libri per approfondire il tema "Democrazia e web"	135
	Appello per cambiare la RAI	145
<i>Autori</i>		149

Carlo Rognoni

L'Editoriale

Nuovi partigiani per l'epoca digitale

Stiamo per festeggiare il settantacinquesimo anniversario della Liberazione. E più ci avviciniamo al 25 aprile 2020, più cresce la consapevolezza che la nostra democrazia – come per altro le democrazie di molti altri Paesi occidentali – sta attraversando un tempo di crescente malessere.

Che cosa non funziona? “Storia e memoria”, la rivista dell'Istituto ligure di storia della Resistenza e dell'età contemporanea, con un numero speciale dedicato a “Democrazia e web” vuole farsi carico della sfida che le nuove generazioni devono fare propria. Vogliamo pensare che i giovani potrebbero diventare “i nuovi partigiani dell'epoca digitale”.

Democrazia e web sono due parole dense di significati che nell'età contemporanea si accavallano, si intersecano. Proviamo, intanto, a prenderle in considerazione una per una e cercare di capire che cosa si è rotto oppure che cosa è nato nell'immaginario collettivo evocato da ciascuna di queste due parole.

Partiamo dalla democrazia. Ebbene il numero di cittadini, il popolo nel suo insieme, si sente tradito nelle sue aspettative: la disuguaglianza è cresciuta, la distribuzione della ricchezza appare ingiusta, l'economia non cresce ai ritmi di una volta. Il risultato è drammatico: i governi sembrano tutti girare a vuoto e ciò fa aumentare il distacco dalle élite che governano. Non si parla più di classi dirigenti, ma di casta. E il primo effetto, il più evidente, è la crisi dei partiti, la crisi della rappresentanza. Certamente le società sono molto cambiate, la globalizzazione ha prodotto uno strapotere – quello della finanza – e gli Stati nazionali sembrano inadatti, incapaci di confrontarsi con la nuova realtà. Soffia il forte vento del populismo, una vera e propria tempesta che sta trascinando tutto il sistema in una spirale perversa. In Italia la crisi è forse più grave che altrove perché c'è stata una rottura traumatica all'inizio degli anni Novanta. C'è una frammentazione partitica molto forte e c'è l'impossibilità di ricostruire i

partiti di un tempo, figli di un lungo percorso storico in cui le società si andavano trasformando da agricole in industriali e post-industriali.

Le mancate promesse di benessere della democrazia hanno reso via via più numerosa e arrabbiata la classe degli esclusi, mentre leader sempre più spregiudicati “vendono” demagogia, sovranismo culturale, populismo, visto che non sono in grado di garantire un migliore futuro socio-economico.

E passiamo al web. C'è chi parla di internet come di una rivoluzione pari a quella che fu l'invenzione della stampa alcuni secoli fa. Ecco alcuni dati che ci aiutano ad abbracciare la dimensione del fenomeno: in un solo minuto della rete sono totalizzate 4,2 milioni di visualizzazioni su Youtube, 3,7 milioni di ricerche su Google, 38 milioni di messaggi via Whatsapp, 187 milioni di e-mail inviate, oltre 487 mila tweet pubblicati. E tutto – ripeto – in un solo minuto. Un sistema che traccia e archivia azioni, abitudini, preferenze. “Viviamo in una società fondata sui dati. L'utilizzo di dati digitali è così pervasivo da aver generato un nuovo flusso ininterrotto di informazioni digitali che cresce in modo esponenziale e influenza la vita quotidiana e ormai anche la politica” (è l'incipit di un editoriale a firma di Marta Dassù, che apre un numero della rivista Aspen).

Secondo Gianfranco Pasquino:

Sta emergendo un cambiamento culturale che il politologo Sartori aveva preveggentemente colto nel suo libro *Homo Videns*: subiamo una grande esposizione alle immagini e non siamo più in grado di elaborare ragionamenti. Si passa dall'uomo cartesiano “cogito ergo sum” all'uomo insipiens “video ergo sum”. Questo ostacola i ragionamenti quando invece la politica è un mondo dove le persone si scambiano opinioni che hanno costruito magari attraverso letture e studio, è un mondo dove c'è un confronto razionale che però richiede appunto un pensiero. Se invece ci limitiamo a scambiare delle immagini allora entriamo in una situazione che rende difficile la vita della e nella democrazia.

Per non parlare di chi si accontenta dei “mi piace”! Archimede diceva “datemi una leva e vi solleverò il mondo”. Oggi la leva che solleva e solleverà sempre di più il mondo è l'algoritmo. Per avere un buon algoritmo ci vogliono molti dati. E oggi siamo nel pieno del fenomeno che si chiama Big Data. Ha scritto “The Economist”: “La risorsa più preziosa al mondo non è più il petrolio, sono i dati”.

Protagonisti sono negli Stati Uniti i Big Five: Google (anche con YouTube), Amazon, Facebook (anche con Whatsapp, Instagram, Messenger), Apple, Microsoft (anche con Skype e LinkedIn).

In Cina Baidu è il potente motore di ricerca, WeChat è l'equivalente del nostro Whatsapp, QQ.com è il più grande servizio di messaggistica gestito da Tencent, Alibaba è il portale di e-commerce ma non solo. E poi Huawei e Xiaomi completano il quadro.

Attraverso il controllo degli algoritmi possiamo farci un'idea della guerra in corso fra Stati Uniti e Cina per il primato tecnologico ma anche economico, politico, culturale.

L'intelligenza artificiale, l'Internet of Things, l'automazione intelligente, l'adozione di tecnologie quantistiche per il computing, il 5G: ricerca e sviluppo hanno accumulato potenzialità di innovazione che stanno oggi raggiungendo la massa critica, producendo o annunciando salti tecnologici e rivolgimenti industriali che si sommano fra loro fino a prefigurare uno scenario inesplorato, di cui si intravedono in modo ancora impreciso i contorni. Nel loro insieme formano un "cluster tecnologico", il cui impatto sistemico è sicuramente radicale. Comincia a essere sempre più chiaro che la rivoluzione digitale è qualcosa di più di una rivoluzione tecnologica, è la strada che porta a una rivoluzione sociale e dunque politica di cui ancora non abbiamo chiari i confini.

Henry Ford con la sua prima auto, il modello T, fu uno dei primi a trovare una miniera d'oro nel consumo di massa. Il dominio del nuovo capitalismo della produzione di massa divenne la base per la creazione di ricchezza nel Ventesimo secolo. Con Apple siamo entrati in quella che potremmo chiamare una seconda modernità. L'individuo – non più la società di massa – è diventato il centro di ogni azione e scelta morale.

Al centro della contesa sociale non c'è più la difesa del lavoro, della fabbrica, ma il sapere. Nel momento in cui la conoscenza diventa una forza produttiva a sé stante, enormemente più importante del lavoro impiegato per creare una macchina, la grande questione non è più salari contro profitti, ma chi controlla la potenza del sapere. Chi controlla e gestisce gli algoritmi. "Il partito moloch si inabissa" scrive Michele Mezza "perché si frantuma la madre di tutti i partiti: la grande fabbrica fordista".

Ecco allora che la sinistra, le sinistre tradizionali come storicamente si sono affermate, non sono più sincronizzate con il senso comune della società digitale.

"Siamo figli della prima modernità, ma con il nostro nuovo modo di pensare abbiamo fatto nascere una seconda modernità". Parole di Shoshana Zuboff in *Il capitalismo della sorveglianza, il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, edito dalla Luiss.

E poi: "La prima modernità sopprime la crescita e l'espressione del sé per

favorire la collettività, mentre per la seconda modernità non abbiamo altro che il sé”. “L’individuo in quanto autore della propria vita è il vero protagonista della nostra era”.

Penso che Shoshana Zuboff abbia ragione, tocchi un aspetto strategico per la politica del futuro. E se si ha la sensibilità di coloro che vengono dalla sinistra (a proposito, perché quando c’è più rete c’è meno sinistra?) ecco che la priorità delle priorità diventa la scuola, la formazione, la cultura.

I monopoli tecnologici puntano a modellare l’umanità a loro piacimento, più di qualsiasi gruppo di aziende abbia mai fatto prima. La parola d’ordine è “profilazione” per individuare i gusti, i desideri, gli orientamenti di ogni singolo viaggiatore di internet.

C’è un legame vitale indiscutibilmente forte, fortissimo, tra democrazia, cittadinanza e libertà di espressione, e dunque informazione. Fino ai tempi recenti “i veicoli” delle notizie erano giornali a stampa, televisione e radio. Oggi sono i siti, i blog, i social che hanno preso il sopravvento. E con l’informazione digitale è cresciuta a dismisura la produzione di fake news. Nei solo tre mesi che hanno preceduto le elezioni presidenziali americane vinte da Donald Trump contro Hilary Clinton sono circolate sul web 9 milioni di notizie false.

Se informatizzassimo tutte le comunicazioni e gli scritti dall’alba dell’umanità fino al 2003 occorrerebbero 5 miliardi di gigabit per metterli in memoria. Oggi generiamo questo volume di informazioni in soli due giorni.

Gli algoritmi organizzano e strutturano le informazioni, aiutano a prendere decisioni o automatizzano processi che eravamo abituati a controllare da soli. Un numero sempre maggiore di ambiti è attrezzato grazie ad algoritmi: cultura, sapere e informazione ma anche salute, città, trasporti, lavoro, finanza e addirittura amore e sesso.

Si è pensato che internet potesse diventare una grande agorà virtuale, potesse dar vita a una democrazia diretta, ebbene è sempre più evidente che attraverso i social spesso si è trasformata in uno strumento volto a determinare una nuova “tribalizzazione”. D’altra parte, è ogni giorno più chiaro che non si può decidere quali fondi tagliare nei pubblici bilanci con i “mi piace” che sono messi su Facebook.

All’inizio di questo editoriale ho scritto che i giovani potrebbero diventare “i nuovi partigiani dell’età digitale”. Spero che possa crescere proprio nelle nuove generazioni la consapevolezza che internet è sì una cosa buona, ma che il possesso e la gestione degli algoritmi devono essere trasparenti e vanno messi sotto controllo. “Il progresso tecnologico è comunque un progresso. È bene ri-

cordare tuttavia che si è sempre dovuto fare i conti con la tensione fra sfera delle libertà pubbliche e sfera privata”. “Il web è democratico ma non crea la democrazia”: ecco un bel titolo di un intervento del quotidiano online “L’Inchiesta” che condivido.

Carlo Rognoni
Direttore di “Storia e memoria”



*Un grande grazie ad Altan che ha disegnato
per “Storia e memoria” la copertina.*

DEMOCRAZIA E WEB

Antonello Soro

L'influenza del digitale nelle dinamiche democratiche

La tecnologia digitale sta innescando – con la forza delle rivoluzioni epocali – mutamenti profondi del tessuto democratico e della stessa struttura sociale, ridisegnando il raggio di estensione del potere e i confini della libertà.

Gli algoritmi intervengono nella definizione di criteri valoriali, orientando sempre più le decisioni sia individuali che collettive e, per altro verso, concorrono a delinearne l'esercizio della sovranità, modificando equilibri geopolitici prima indiscussi.

Lo stesso antagonismo commerciale tra Usa e Cina sottende una competizione per l'egemonia tecnologica che disegna la nuova geografia del potere planetario, marcata da una concorrenza spesso sleale della Cina nell'accumulazione del potere informativo. La sinergia tra assenza di norme efficaci a tutela della privacy e dirigismo favorisce, infatti, un'osmosi informativa tra i provider e il Governo cinese che può massivamente raccogliere dati personali, da riutilizzare per le finalità più diverse, persino per la realizzazione di un sistema di controllo sociale fondato sul capillare monitoraggio e la penalizzazione di comportamenti ritenuti socialmente indesiderabili.

La “vita a punti” dei cinesi sembra indicare il rischio di un nuovo totalitarismo digitale, fondato sull'uso della tecnologia per un controllo ubiquitario sul cittadino e su un vero e proprio imperialismo dei dati.

Dobbiamo, allora, chiederci quanta sorveglianza possa tollerare la democrazia per restare ancora tale: è questo l'interrogativo cui il testo tenta di dare risposta.

Capitalismo della sorveglianza, politica online, post-verità, processo mediatico, gig economy, razzismo dell'algoritmo, paternalismo digitale: sono solo alcune delle implicazioni dell'impatto delle nuove tecnologie sulla struttura democratica.

Analizzare gli effetti, la rilevanza, le trasformazioni che il digitale produce sul piano sociale, culturale, giuridico, finanche simbolico, vuol dire capire l'oggi o quantomeno tentare di farlo, per non soccombere a, ma governare un cambiamento che altrimenti rischia di destrutturare alcuni essenziali presidi democratici, proiettandoci in una realtà priva di alcun orizzonte di senso.

Le implicazioni del digitale sulla società e la democrazia sono talmente innumerevoli e varie nel loro darsi, che un'analisi di ciascuna di esse rischierebbe di rappresentare un'opera senza fine.

Utile può essere, invece, riflettere sulla portata e il significato di alcune delle principali implicazioni del digitale, riconducendole a tre macro-categorie che ruotano, con un vincolo più o meno stretto secondo i casi, attorno al diritto alla protezione dei dati personali: fondamentale presidio di autodeterminazione del singolo e, ad un tempo, presupposto ineludibile di democrazia all'epoca dell'"on-life".

Le tre macrocategorie possono individuarsi nelle seguenti: a) le ingerenze del potere (pubblico o privato) nella sfera privata, rese sempre più pervasive dalle nuove tecnologie; b) la nuova geografia dei poteri e i profondi mutamenti indotti dal digitale nelle dinamiche democratiche; c) il governo degli algoritmi.

Sotto il primo profilo, si tratta di interrogarsi sui nuovi confini della libertà disegnati dal digitale e dalla sua potenza pervasiva, con la moltiplicazione delle fonti del controllo, pubblico e privato. Il primo si avvale, infatti, delle straordinarie potenzialità della tecnologia per esigenze di contrasto di crimini, quali quelli di matrice terroristica, di potenza eguale e contraria, legati a strutture pulviscolari e acefale e come tali meritevoli di azioni preventive ad ampio spettro.

Tuttavia, se non assistite da garanzie adeguate, queste tecniche investigative (che oggi si avvalgono anche del web scraping e del social media intelligence) rischiano di trasformarsi in strumenti di sorveglianza massiva. Si pensi alle intercettazioni mediante trojan e al caso Exodus, in cui, per la mancata attivazione del filtro che avrebbe dovuto limitare l'attivazione dell'app-spia su Google Play Store al solo telefono dell'indagato, sono stati per errore intercettati circa un migliaio di cittadini del tutto estranei alle indagini.

La delega all'algoritmo di un potere, quale quello investigativo, così pervasivo e ambivalente, rischia dunque di rappresentare un fattore potenzialmente in grado di sovvertire le garanzie democratiche del processo accusatorio, già assai indebolite dalla mediatizzazione del processo penale.

Non meno rilevanti sono, però, le molteplici forme di controllo riconducibili a "poteri privati" dalle origini più diverse. Si pensi al rapporto di lavoro: contesto in cui, in Italia, si sono affermate le prime norme a tutela della privacy, con funzione, almeno in parte, riequilibratrice dell'asimmetria di potere tra le parti contrattuali e di difesa della libertà del lavoratore, nell'epoca delle schedature della Fiat.

Ebbene, proprio in quest'ambito oggi fanno ingresso forme nuove di con-

trollo del lavoro difficilmente contenibili, perché sottili tanto quanto pervasive, realizzate mediante biometria, geolocalizzazione, monitoraggio dell'uso di e-mail e social, profili civetta per provare l'assenteismo virtuale del dipendente, fino all'estremo dei braccialetti elettronici o della soggezione pressoché totale all'algoritmo – quasi un nuovo datore di lavoro – nel caso dei riders.

L'atipicità di queste forme di monitoraggio, il loro avvalersi spesso di strumenti dall'uso promiscuo quali telefoni o pc aziendali, sui quali quindi si esercitano con più forza le pretese datoriali, rischiano di eludere le garanzie essenziali di libertà e autodeterminazione del lavoratore, che rappresentano una delle più importanti conquiste democratiche.

La seconda macrocategoria delineata attiene alla nuova geografia dei poteri, disegnata in funzione del possesso, da parte dei giganti del web, di un asset strategico: i dati personali di milioni di cittadini, "depredati" dalle tracce della navigazione in rete e profilati con tecniche psicometriche, così da segmentare l'offerta commerciale o, addirittura, politica per renderla più persuasiva e, quindi, più efficace.

Come ha dimostrato il caso Cambridge Analytica, infatti, attraverso il pedinamento digitale della persona, si modella il messaggio politico da promuovere, orientando il consenso elettorale verso il risultato voluto. Si eludono così le garanzie di correttezza della propaganda elettorale, del pluralismo informativo e politico, nonché dell'autodeterminazione del cittadino, con il rischio di una manipolazione del consenso, tale da alterare profondamente i più importanti processi democratici. Ne risulta compromessa la stessa sovranità statale, ogniquale volta la manipolazione del consenso sia organizzata – come parrebbe essere avvenuto negli Usa – da potenze straniere, per orientare il risultato elettorale nella direzione ritenuta più utile.

Tutto questo produce un cambio radicale nei rapporti tra cittadini e poteri, privati e pubblici, spostandone l'asse sempre più verso la "potenza geometrica" delle grandi piattaforme, evidente non solo sul piano commerciale ma persino, appunto, su quello pubblico. Esse hanno, infatti, progressivamente assunto alcune delle prerogative tipiche della sovranità: controllo del "territorio" (benché qui immateriale) mediante fornitura di un'infrastruttura essenziale per la comunicazione e le relazioni sociali tra cittadini, esercizio del potere informativo, potestà di dirimere le controversie (lo *ius dicere!*), che è quanto oggi Facebook intende realizzare con il suo board (una sorta di giurisdizione privata) deputato a decidere le richieste di rimozione di contenuti illeciti. Ove poi si perfezionasse il progetto di Libra, si configurerebbe anche la tipica prerogativa sovrana di "battere moneta".

I grandi provider sono, così, divenuti arbitri sempre più incontrastati del rapporto tra diritti fondamentali quali, soprattutto, libertà di espressione e dignità, come avviene per il diritto all'oblio e il contrasto dell'hate speech.

Quest'ultimo, in particolare, ha assunto i contorni di una vera e propria emergenza, dovuta alle caratteristiche della rete, che pur promuovendo la libertà di espressione, ha però anche moltiplicato esponenzialmente la diffusione di contenuti "d'odio", capaci di polarizzare i consensi di quanti abbiano bisogno di identificare nel "nemico opportuno" la fonte dei più vari disagi.

L'effetto che ne risulta sul piano sociale è, così, quello di una polarizzazione estremistica dovuta alla prevalenza accordata dall'algoritmo a contenuti aggreganti soprattutto perché fondati sulla denigrazione di minoranze, soggetti vulnerabili, o sulla lotta al nemico di turno, che come sempre consente di ridefinire – per antagonismo verso l'altro da sé – identità altrimenti troppo fragili. Paradossalmente, il potenziale globalismo digitale rischia così di soccombere sotto la spinta del pregiudizio auto-confermativo – per cui l'algoritmo ci induce a ricercare contenuti simili a quelli espressi dalle nostre ricerche passate – e della logica del capro espiatorio, che innerva la rete di violenza e discriminazione.

Si spiega così (e si condivide anche) l'attivismo dei provider, promosso anche dalla Commissione europea, nel contrasto dell'hate speech. Tuttavia, benché sia apprezzabile il tentativo di ridurre il grado di violenza che caratterizza la rete non vi è il rischio che le piattaforme digitali dispongano del potere di selezione dei contenuti da diffondere? La vicenda dell'oscuramento dei profili di alcuni esponenti di Casapound è indubbiamente significativa.

Quello dell'hate speech non è, del resto, il solo campo in cui i gestori hanno assunto un ruolo arbitrale nella definizione delle modalità di esercizio dei diritti fondamentali, finendo con il concorrere con la potestà pubblica per antonomasia. Significativa in tal senso l'iniziativa che era stata annunciata da Google, volta a suggerire a chi apparisse a rischio di radicalizzazione, contenuti di segno opposto. Difficile immaginare un'attribuzione, a soggetti privati, di funzioni più tipicamente espressive dell'autorità pubblica quali quelle, appunto, "rieducative".

Ma altrettanto rilevante è la funzione di composizione di diritti fondamentali quali, in particolare, la libertà di espressione e la tutela del minore rispetto al cyberbullismo.

In tutti questi casi, la prima valutazione dei provider sulle richieste avanzate dagli utenti non deve e non può mai precludere o anche solo eludere la riserva della giurisdizione, cui deve essere sempre garantito il potere di dire appunto "l'ultima parola" quando si tratta di diritti e libertà dei cittadini.

La composizione, in ultima istanza, di diritti fondamentali quali dignità e libertà di espressione dev'essere, insomma, sempre affidata all'autorità pubblica, impedendo tanto derive in senso lato "censorie", quanto il rischio che la rete, da spazio di promozione dei diritti di tutti, divenga il terreno su cui impunemente violarli.

Ciò consentirebbe di coniugare l'esigenza di salvaguardia del ruolo della giurisdizione nella composizione dei diritti in tensione, con l'altrettanto ineludibile aspirazione a una maggiore responsabilizzazione dei gestori. Non è un caso, allora, che la giurisprudenza, europea e interna, stia tentando di rafforzare la responsabilità dei gestori per i contenuti illeciti di cui consentono la divulgazione, pur riservando l'ultima parola su questioni così delicate all'autorità pubblica.

Ed è significativo che, dopo la vicenda Cambridge Analytica – che ha rivelato il potere manipolativo proprio del "microtargeting" – la disciplina europea sanzioni l'uso illecito di dati personali per condizionare i risultati elettorali.

Si tratta dei primi tasselli di un mosaico che le istituzioni europee e nazionali tentano di realizzare per affermare la "sovranità digitale" come riconquista, da parte degli organi democratici, di una governance socialmente e giuridicamente sostenibile del mondo – altrimenti anomico più che anarchico – della rete. E questo, senza prescindere da una responsabilizzazione delle piattaforme che assuma come parametro non il profitto, ma la garanzia delle libertà e dell'eguaglianza.

Significativo, ad esempio, che Twitter abbia valutato di non rimuovere i tweet politici che pur violino le sue regole, ma di limitare le interazioni con essi, contenendone quindi, anche la "viralità". Si tratterebbe, certo, di una misura non risolutiva del problema dell'incidenza delle decisioni "private" dei gestori sui diritti di libertà, ma indubbiamente riduttiva dell'impatto "censorio" che alcune policies aziendali, pur in ipotesi sostenute dai fini migliori, possono comunque avere.

Distinguere libertà di espressione da amplificazione algoritmica, può allora contribuire a fornire all'utente maggiori strumenti per orientarsi in maniera consapevole in quella che rischia, altrimenti, di essere mera entropia (e non ricchezza) informativa (si pensi all'oscuramento, pur temporaneo, del profilo Facebook del Movimento delle Sardine). In questo senso, andrebbe percorsa la strada – già in parte intrapresa in via sperimentale da alcuni gestori – di soluzioni tecniche volte a segnalare all'utente, in base a criteri oggettivi (ad esempio la massività degli invii o il numero di condivisioni) contenuti potenzialmente inaffidabili, stimolando anche, così, il senso critico del pubblico.

Utilizzare la tecnica in funzione di promozione, anziché di limitazione, dei diritti può essere, in questo senso, una delle soluzioni migliori per contribuire a rendere la rete quello straordinario strumento democratico che doveva e deve essere.

E questa esigenza è tanto più forte in un contesto di progressiva traslazione della politica sui social.

Il video postato dall'esponente politico sul proprio profilo Facebook non è l'equivalente 2.0 della dichiarazione di voto in Aula, né del video-messaggio, pur a reti unificate, che fece ingresso vent'anni fa nella liturgia della politica. Se questo, infatti, era corredato quasi contestualmente da commenti giornalistici a latere e se l'intervento nelle Assemblee parlamentari è oggetto di dibattito, il video postato sui social è l'unilaterale e incontrovertibile rappresentazione della realtà politica che il suo autore decide di fornire, immune da critiche e ogni altro tipo di interferenza esterna.

Vengono travolte anche le preziose regole stabilite, per il periodo di campagna elettorale, a tutela del pluralismo: che ne è del silenzio elettorale nell'epoca della parresia dell'"on-life"?

La deistituzionalizzazione della comunicazione politica ha, insomma, degradato il dibattito a monologo sui social, con un inevitabile depauperamento del valore dialettico dello scambio tra visioni contrapposte o comunque diverse. La traslazione, dalle aule parlamentari ai social, del dibattito politico, esattamente come nel caso della mediatizzazione del processo penale, determina così effetti distorsivi non soltanto sulla tenuta delle istituzioni democratiche, ma anche sul senso della politica come ricerca in comune (dunque nello scambio tra visioni diverse) del bene comune.

Rilevante è poi il tema del ricorso, ormai non più solo teorico, alla partecipazione politica online che, se da un lato potrebbe contribuire ad avvicinare i cittadini alla vita politica, percepita come troppo distante, dall'altro richiede uno statuto di garanzie adeguato a contenere i rischi che inevitabilmente esso presenta, soprattutto quando di questi strumenti si avvalgano partiti e movimenti politici.

Da un lato, infatti, rientra nell'autonomia associativa la scelta del voto elettronico quale metodo di espressione della propria volontà, da parte degli iscritti. Dall'altro lato, tale scelta non esime la realtà associativa dal rispetto dei principi essenziali di protezione dati, volti a garantire anche la libera espressione del proprio orientamento politico da parte dell'iscritto, al riparo da rischi di stigmatizzazione, discriminazione o anche soltanto di "profilazione".

Tali garanzie sono tanto più necessarie quanto più le scelte espresse in ambito associativo si traducano, poi, più o meno direttamente, in posizioni assunte dal partito o dai suoi esponenti nelle sedi istituzionali. Si traccia infatti, così, un continuum tra base, partito e luoghi della rappresentanza che, a maggior ragione, deve rispettare anzitutto le libertà fondamentali.

La terza macrocategoria delle implicazioni del digitale sulla realtà sociale e democratica attuale riguarda l'“algo-crazia”, ovvero il potere degli algoritmi e le implicazioni sempre più rilevanti che il loro uso comporta nelle dinamiche democratiche.

Si estende, progressivamente, lo spettro delle decisioni rimesse alle macchine, con una delega a volte fideistica nella loro capacità di sostituirsi alla decisione umana, di cui finisce per temersi, in fondo, la “libertà”. Vengono progettati algoritmi per valutare tanto l'idoneità allo sviluppo dell'embrione da impiantare in utero, quanto la prognosi di sopravvivenza dei pazienti ricoverati.

La vita e la morte divengono, così, oggetto anch'esse di valutazioni predittive affidate ad algoritmi che investiamo di aspettative di oggettività, neutralità, infallibilità non sempre realisticamente attendibili.

E a tal punto si dubita del fattore umano da voler spesso scorgere, dietro la discrezionalità (dell'amministrazione, della giustizia ecc.) l'ombra dell'accordo collusivo e si finisce per preferire alla scelta dell'uomo il vincolo deterministico dell'algoritmo. Si moltiplicano, in tal modo, i processi decisionali automatizzati, mediante i quali, spesso, oggi i numeri decidono degli uomini.

Persino un processo così complesso e terribilmente umano, quale quello volto all'individuazione della famiglia cui affidare i bambini in stato di adozione, è stato affidato, in Florida, a un algoritmo.

Del resto, neppure quello che è stato tradizionalmente ritenuto l'ultimo baluardo della valutazione umana, ovvero il processo giurisdizionale (in particolare penale), sembra immune dalla tendenza alla meccanicizzazione delle decisioni, con effetti spesso assai più discriminatori di quelli della più miope decisione umana.

Un algoritmo utilizzato negli Usa per il calcolo del rischio di recidiva penale si è dimostrato, ad esempio, incline ad assegnare un tasso maggiore ai neri rispetto ai bianchi, solo sulla base delle correlazioni desunte da una determinata serie storica, non certo rappresentativa del fenomeno, assunta a riferimento.

Il risultato che si trae dall'impiego di tecnologie che dovrebbero assicurare la massima terzietà rischia dunque di essere, paradossalmente, più razzista, lombrosiano o sessista (numerose sono infatti le discriminazioni “algoritmiche” in danno delle donne) di quanto possa essere la pur fallibile razionalità dell'uomo.

La delega cieca alla tecnologia rischia pertanto di approfondire le iniquità alle quali vorrebbe ovviare, perché gli algoritmi non sono aritmetica pura – infallibile e neutra – ma piuttosto opinioni umane strutturate in forma matematica e riflettono quindi spesso, in misura più o meno rilevante, le precomprensioni di chi li progetta.

La (non) neutralità dell'algoritmo diviene dunque una questione democratica centrale, da affrontare nella consapevolezza che il governo del presente e del futuro passa dalla regolamentazione dell'intelligenza artificiale.

Su questo terreno l'Europa – soprattutto, ma non solo, con la legislazione sulla protezione dati – sta promuovendo una politica dell'innovazione davvero antropocentrica, rispetto alla quale può rappresentare una forza trainante.

La democrazia può, dunque, dirsi ancora tale finché siamo ancora noi a creare gli algoritmi e non gli algoritmi a creare noi, anticipando e indirizzando i nostri desideri, le nostre esigenze, la nostra stessa rappresentazione del reale.

Fin quando la tecnica resti ancora al servizio del “mestiere di vivere”, senza sostituire “i numeri agli uomini”, essa potrà dirsi alleata e non antagonista della democrazia.

Antonio Nicita

Dai Big Data (e dalle Big Tech) alle Big Rules?
Il tempo delle scelte pubbliche.

1. Due “Big Risk”

Nel trentesimo anno del web si è assistito ad una forte accelerazione del dibattito mondiale sulla domanda di una qualche forma di regolazione per le grandi piattaforme digitali. Sul banco degli imputati – dove persino l’inventore del web, Tim Berners-Lee, le ha collocate – ci sono le Big Tech in relazione ai Big Data, alla capacità cioè di generare, attraverso la raccolta di dati e la profilazione algoritmica, due “Big Risk” a livello globale: 1) forme non contendibili – o quantomeno oligopolistiche – nei mercati d’intermediazione delle piattaforme globali; 2) segmentazioni nel “mercato delle idee”, con una forte riduzione del pluralismo online e una crescente esposizione degli utenti del web, e dei social in particolare, a strategie di disinformazione e malinformazione.

I due Big Risk sono, in realtà, interdipendenti, dal momento che i meccanismi che sembrano generarli sono i medesimi: estrazione e profilazione del dato; (auto)selezione algoritmica di domanda e offerta di informazioni online; effetti di rete; valorizzazione del tempo di attenzione, riduzione dei costi di search. In particolare, la profilazione algoritmica presenta un pervasivo trade-off: se, nel campo delle scelte commerciali e di consumo online, la profilazione algoritmica è efficiente in relazione alla sua capacità di filtrare ed eliminare le alternative irrilevanti, quando passiamo al pluralismo informativo quella efficienza si traduce in pericolo.

Per comprendere la rilevanza del web e delle piattaforme digitali nel design dello spazio informativo occorre capire come la profilazione algoritmica contribuisca a selezionare contenuti determinanti per la formazione dell’opinione pubblica e per l’*agenda setting* politica. La diffusione delle piattaforme online e, in particolare dei social network (non a caso ricompresi nel concetto ampio di social media), ha comportato il passaggio da un modello di integrazione verticale delle diverse fasi della catena del valore, tipica dell’editoria offline al cui interno l’editore esercitava un controllo (diretto o indiretto), ad una separazione dei diversi stadi del processo produttivo.

Oggi cambiano le informazioni e l'accesso alle informazioni, consentendo agli stessi utenti di partecipare alla produzione e riproduzione di contenuti informativi e generando una contrazione dello spazio di esercizio del ruolo di intermediario svolto dall'editore tradizionale di giornali, radio e Tv. La nostra dieta informativa quotidiana è ormai caratterizzata da un crescente fenomeno di crossmedialità, cioè di uso congiunto di mezzi d'informazione tradizionali e di varie modalità offerte dal web, soprattutto attraverso motori di ricerca come Google e Yahoo! e social network come Facebook e Twitter.

2. *I Big Data*

Nel lontano 2001, la società di consulenza strategica Gartner, definiva i Big Data come: “asset informativi ad alto volume, alta velocità e alta varietà che richiedono nuove forme di lavorazione ed elaborazione delle informazioni che permettono di migliorare le decisioni, intuire scoperte e ottimizzare i processi”. Questa definizione mette al centro il processo di lavorazione e aggregazione dei dati. Il che mette subito in relazione i Big Data con gli algoritmi. I Big Data sono, infatti, intimamente connessi ai processi della loro estrazione su vasta scala e della loro successiva elaborazione algoritmica. Il “big” dei dati fa riferimento dunque ad alcune caratteristiche fondamentali: la velocità, la varietà e il volume dei dati raccolti e processati. È da queste tre caratteristiche che si genera la quarta “v”, il valore dei dati.

Il valore dei dati, cioè, aumenta con il loro volume e la loro varietà. E quindi per aumentare il valore dei dati il mercato e l'industria si sono evoluti con modelli di business nuovi, in modo tale da stimolare in ciascuno di noi la massima intensità di rivelazione di dati. Come? Con l'avvento del “paradigma del free”, che nella lingua inglese significa gratuito ma anche libero. Una straordinaria combinazione che comporta che la libertà di navigazione in rete, di accesso ai social media, di fruizione di vari contenuti informativi, di accesso alle piattaforme digitali in genere sia, in effetti, resa più forte dalla gratuità di tale accesso. Il punto è che ciò che ci sembra un banale strumento di accesso – la rivelazione di alcuni nostri dati – è in realtà il vero bene scambiato che regge la transazione commerciale sottostante. Lo scambio implicito, per tutta questa gratuità di servizi, è con i nostri dati, con la nostra attenzione, con la promessa di consumo futuro che generiamo grazie al fatto che i nostri dati permetteranno promozioni personalizzate e su misura per i nostri desideri e bisogni. Come spesso si ripete in questi casi, “il prodotto siamo noi”. Il che però significa che a questo scambio implicito corrisponde un mercato implicito, quello dei dati,

del quale sappiamo ancora troppo poco: chi vi opera? come si fa ad entrarvi? Ci sono barriere all'entrata? Come si crea il vantaggio competitivo? Esistono posizioni dominanti? Che tipo di concorrenza vi si può manifestare? Sono queste le domande del 2020. E le risposte sono tutt'altro che chiare e definitive.

La ragione dell'incertezza e della confusione consiste nella circostanza che le grandi innovazioni cui abbiamo assistito nel corso degli ultimi decenni sono state trainate da una dinamica di sostanziale "autoregolazione del mercato" e dall'idea che le grandi piattaforme fossero portatrici di innovazione grazie alla loro capacità di raccogliere ed elaborare un gran numero di dati per poi restituirci, attraverso il lavoro degli algoritmi, servizi e informazioni efficienti, in tempo reale. La bravura dell'algoritmo, per così dire, è funzione della sua capacità di imparare, la quale, a sua volta, dipende, dal volume e dalla varietà dei dati che macina. Un algoritmo è tanto più efficiente quanto più riesce ad associare ad una "tipologia target" l'individuo che ha di fronte. E ciò vale nel doppio senso di direzione: nel favorire sia la domanda che l'offerta di servizi. Ad esempio, Google Search deve essere capace di "indovinare" esattamente ciò che desideriamo sapere, ma anche ciò che "probabilmente" ci interessa a partire da ciò che abbiamo chiesto. Questo "mestiere" è tanto più efficace quanto più le informazioni che rileviamo circa noi stessi aiutano l'algoritmo a "categorizzarci" in un "tipo" di individuo. L'algoritmo impara, cioè, dalle nostre richieste, dai nostri profili e dai comportamenti di quanti "somigliano" a noi. Domanda e offerta d'informazioni online si specializzano, dunque, attraverso algoritmi capaci di imparare dai dati, in un meccanismo dinamico di causazione circolare cumulativa efficiente. In ogni istante, l'offerta di informazioni è la migliore (nel senso di più efficiente) risposta alla domanda di informazioni, e viceversa. E sebbene il mestiere di raccolta dei dati sia molto diffuso, la capacità di trasformare il dato in valore economico non è da tutti, perché dipende, appunto, dalle capacità degli algoritmi d'imparare (anche da se stessi) e queste capacità dipendono dal volume di dati processati e processabili. Per questa ragione, al centro dell'economia dei Big Data vi sono oggi le Big Tech, i giganti digitali. Si tratta di compagnie che hanno sviluppato tecnologie e forme di accesso ed estrazione di dati, a livello globale, difficilmente comparabili. Così se il singolo dato è riproducibile, l'insieme dei dati trattabili per una certa finalità economica in un dato momento può configurare una risorsa scarsa. Le elevate economie di scala e di varietà caratterizzano oggi i giganti digitali e rendono sempre meno probabile, e più costosa una sfida competitiva al loro potere di mercato. A ciò si aggiunge una nuova forma di barriere all'entrata data dai cosiddetti effetti di rete (spesso denominate economie di scala dal lato della domanda): in sostanza, ciascuno di noi ottiene un valore dal partecipare ad una de-

terminata piattaforma anche in ragione del fatto che altri nostri “contatti” (o, se volete, “amici”) lo stanno facendo. Partecipare a Facebook ci interessa se possiamo restare in contatto con i nostri amici. Abbandonare da soli la piattaforma per una concorrente non avrebbe senso se non lo fanno, nello stesso momento, i nostri amici. Gli effetti di rete producono valore in questo modo: l'utilità di accedere alla piattaforma deriva anche dal comportamento degli altri. Ciò costituisce una formidabile nuova barriera all'entrata per nuove piattaforme: per produrre effetti di rete, infatti, le nuove piattaforme dovrebbero convincere, contemporaneamente, un numero enorme di persone a cambiare il fornitore dei servizi. A volte accade. Ad esempio, *Yahoo!* è stato superato proprio da *Google*. E anche giganti come Nokia e Motorola, nella telefonia mobile, sono stati superati da Apple, Samsung e Huawei. Ma nelle transazioni in cui la raccolta e l'elaborazione dei dati diventano centrali diventa sempre più difficile contendere clienti alle piattaforme esistenti. Inoltre, piccole realtà, molto innovative, vengono spesso acquistate proprio dai giganti digitali (dando vita alle cosiddette *killer merger*). Nel 1998 le prime quattro società erano Microsoft, con oltre 270 miliardi di dollari, General Electric con circa 259, Exxon Mobil con circa 172 e Royal Dutch Shell con circa 164. Nel 2018, al primo posto della classifica si trova Apple, con 123.000 dipendenti (che indirettamente ha creato quasi 2 milioni di posti di lavoro negli Stati Uniti) e una capitalizzazione di borsa pari a 911 miliardi di dollari. Al secondo posto c'è Alphabet a cui fanno capo Google Inc. e altre società controllate con 789 miliardi di dollari, al terzo posto si trova Microsoft con 695 miliardi di dollari, al quarto posto Amazon, con 624 miliardi di dollari. Il mondo è cambiato in vent'anni, segnando la cifra di un mutamento profondo nell'organizzazione capitalistica con poche grandi imprese, a livello globale, che hanno acquisito un potere significativo nell'orientare le dinamiche di molti mercati e persino le forme e i modi del dibattito pubblico online.

Questa straordinaria crescita è stata anche il risultato dell'assenza di regolazione, del *laissez faire* digitale che ha caratterizzato questi vent'anni. Le piattaforme digitali sono state fin qui rappresentate come un nuovo modello di business, basato sull'estrazione del dato profilato, capace di realizzare una nuova forma d'intermediazione tra utenti e inserzionisti pubblicitari: i primi cedono dati in cambio di servizi, i secondi pagano la piattaforma per offrire servizi in cambio di attenzione, promuovendo così pubblicità e offerte personalizzate. La nuova intermediazione offerta dalle piattaforme digitali veniva così vista come una soluzione ad un fallimento di mercato, proprio perché rendeva possibile l'incontro (*matching*) di domanda e offerta. In questo contesto, ogni forma di regolazione è stata per anni rappresentata come un inutile e inefficiente freno

all'innovazione. Le piattaforme "aiutavano" il mercato a far bene il proprio lavoro.

Oggi, la crescita dimensionale delle piattaforme digitali e la dimensione globale della loro attività pongono da più parti il tema della loro dominanza nell'economia del dato, della sempre più difficile sfida competitiva da parte di nuovi entranti, della pervasività del ruolo che esse hanno assunto nelle nostre vite economiche e sociali. Nel suo libro *La grande trasformazione* del 1944, Karl Polanyi mostrava i limiti di una teoria del mercato come ideal-tipo capace di autoregolarsi. L'evoluzione delle istituzioni economiche, i rapporti di potere, le trasformazioni sociali, il mutamento nei bisogni e negli stili di vita avrebbero in realtà mostrato i limiti di quella visione ideal-tipica, generando tensioni interne ed esterne che avrebbero portato alla trasformazione epocale del sistema. In un passaggio, Polanyi afferma che affinché il modello capitalistico funzioni "non si deve permettere niente che ostacoli la formazione di mercati né si deve permettere che i redditi si formino altrimenti che attraverso le vendite, né deve esservi alcuna interferenza con l'aggiustamento dei prezzi alle mutate condizioni del mercato". *La grande trasformazione digitale*, oggi, rappresenta una sfida enorme a quei requisiti fondamentali: molti scambi impliciti avvengono a prezzo zero, le grandi piattaforme digitali si sostituiscono a interi mercati, vecchi intermediari sono sostituiti da grandi intermediari le cui transazioni mettono in relazione più versanti del mercato, vecchie professioni sono eliminate o rimpiazzate. Se, per un verso, tutto ciò avviene con la riduzione dei costi di transazione e della raccolta di informazioni, producendo quindi maggiore efficienza, per un altro le piattaforme digitali – proprio come il mercato per Polanyi – non sembrano esser neutrali rispetto al nuovo modello di capitalismo digitale: lo trasformano profondamente e definiscono i nuovi confini di incontro tra domanda e offerta. Si potrebbe dire: c'è qualcosa di antico, anzi di nuovo in questa storia dell'efficienza e della riduzione dei costi di acquisizione delle informazioni rilevanti. Di antico, c'è appunto la vecchia idea liberale di mercato per la quale la riduzione dei costi di transazione e di ricerca delle informazioni rilevanti aumenta l'efficienza degli scambi e riduce l'intermediazione. Di nuovo, tuttavia, c'è la circostanza che l'informazione rivelata da noi alle piattaforme, e da esse a noi, non è più "osservabile", patrimonio del mercato, ma resta catturata dalla piattaforma che agisce, appunto, come un nuovo intermediario. È il nuovo modello di business delle piattaforme digitali: scambio di informazioni in cambio di attenzione verso nuove informazioni personalizzate recanti suggerimenti, suggestioni, proposte, inviti, sollecitazioni. Ma questo modello di business, per funzionare e prosperare, mantiene un accesso privato ed esclusivo ai dati e alle informazioni rivelate da tutti coloro che usano la piattaforma per

diverse finalità: utenti, imprese, inserzionisti pubblicitari a vario titolo, altre piattaforme specializzate e così via. In sostanza le piattaforme digitali si comportano in modo ibrido: da un lato somigliano al libero mercato della tradizione liberale, quando devono incentivare la rivelazione di informazioni disperse e, dall'altro, assumono forme di centralizzazione di grandi intermediari, tra i diversi lati o versanti del mercato, allorquando devono valorizzare, in modo strategico e competitivo, i dati di cui dispongono in via esclusiva – e dunque inaccessibili a terzi senza la loro intermediazione – nella loro attività di incontro tra domanda e offerta. Insomma, c'è una *mano visibile* nell'era digitale ed è quella dalle grandi piattaforme digitali.

3. *Le Big Tech*

Le nuove forme di dominanza delle grandi piattaforme, le Big Tech, ad oggi, sfuggono alla regolazione che invece, da anni, copre altre forme tradizionali di comunicazione, come le telecomunicazioni, le radio-tv e così via. Con il paradosso che la grande capacità di raccolta pubblicitaria delle piattaforme digitali sta, progressivamente comprimendo gli spazi e le opportunità economiche di radio, tv, giornali. Insomma, le vecchie imprese regolate non solo perdono fette di mercato, ma lo fanno in favore di soggetti del tutto scervi da ogni forma di regolazione.

Ma perché siamo giunti a questo punto? La ragione è che la regolazione tradizionale si è basata sul concetto di scarsità dal lato dell'offerta: che fosse rappresentata dalla rete di telecomunicazione fissa o dall'accesso alle frequenze radio-televisive. La regolazione si è concentrata sui criteri di accesso dei concorrenti alle reti scarse esistenti. Nel mondo digitale, invece, il problema non deriva da scarsità dell'offerta ma dalle peculiarità della domanda: cioè da ciascuno di noi, dai nostri comportamenti nel rilascio dei dati, nella scelta delle piattaforme, nell'interazione online con i nostri simili e così via. L'accesso al dato, di per sé, non è scarso. E d'altra parte se molti scelgono una determinata piattaforma, anziché rivolgersi al concorrente, non sarà perché quella risulta la scelta più efficiente e più soddisfacente? E, in fondo, la circostanza che vengano offerti a ciascuno di noi un numero crescente di servizi a prezzi sempre più bassi o gratuiti, non è una misura significativa dell'accresciuto benessere del consumatore? In altre parole, dove sta il fallimento di mercato delle nuove piattaforme digitali globali, tali da richiedere nuove forme di regolazione?

La risposta non è semplice. Una parte di essa consiste nell'osservare la dimensione economica globale dei giganti digitali, le infrastrutture che stanno co-

struendo nell'architettura Internet, la capacità di raccolta di risorse finanziarie e pubblicitarie, la platea globale dei propri utenti. Ma anche nella forza di cambiare la natura delle transazioni economiche. Ad esempio, Amazon potrebbe cambiare per sempre la nostra attitudine allo scambio economico. Qualche anno fa ha registrato un brevetto sull'idea di "anticipatory package shipping" che consiste nel determinare con un alto grado di approssimazione cosa il cliente cercherà di acquistare (online o offline) e predisporre l'invio e la consegna "come se" il cliente l'avesse ordinato. In caso di errore, il cliente potrà sempre restituire la merce. In sostanza, la scelta "di mercato" del consumatore in futuro potrebbe essere quella di "non" comprare, perché avrà già sull'uscio di casa tutto ciò che potrà desiderare.

Chi è in grado di competere contro giganti digitali capaci di tale lungimiranza e soprattutto di forme di profilazione del dato così sofisticate da predeterminare la domanda dei consumatori? Qui si pone il tema della nuova regolazione digitale. Un approccio che passa dal trattare il dato personale non soltanto come "materia per privacy" ma come bene economico dalla cui valorizzazione dipende l'economia digitale e il grado di concorrenza che può manifestarsi in essa. Oggi il dato personale di ciascuno di noi viene visto, giustamente, come una caratteristica personale meritevole di protezione costituzionale e da proteggere da ogni abuso. Ma ciò che sfugge è che il dato è un bene economico "scambiato" di fatto sul mercato e appropriato per la profilazione algoritmica e la sua valorizzazione. Il paradosso è che la "proprietà" del dato non risiede nelle mani di coloro che l'hanno generato, cioè ciascuno di noi, ma in quanti sono capaci di estrarlo e di appropriarsene. C'è una lettura tradizionale del dato personale, che ci viene tramandata dall'epoca pre-digitale, per il quale esso non è un diritto proprietario, essendo inalienabile in quanto parte essenziale non negoziabile della nostra persona. Possiamo delegarne un certo uso, ma solo per certi fini. E ciò non significherebbe affatto che stiamo cedendo un asset o che lo stiamo consegnando al dominio del mercato. Di qui, l'origine della tutela della nostra privacy digitale come garanzia della inalienabilità e non negoziabilità del dato personale. Nell'era digitale, questa lettura del dato personale purtroppo si rivela illusoria per vari motivi. Il primo è che l'uso del dato da parte di chi lo riceve è spesso un input per realizzare una transazione economica in un altro versante, per esempio per offrire spazi profilati di pubblicità agli inserzionisti. Il secondo è che la piattaforma che riceve il dato finisce per valorizzarlo economicamente solo all'interno della piattaforma. La "tutela della privacy" qui finisce cioè per evitare la circolazione a terzi e per prevenire un "mercato del dato". In altre i termini, l'uso esclusivo del dato da parte delle piattaforme digitali non elimina, come alcuni credono erroneamente, la sua valo-

rizzazione economica da parte di terzi, ma finisce soltanto per sottrarla al mercato, cioè ne permette un utilizzo “monopolistico” dentro la piattaforma online. Di qui, una forte tensione tra tutela della privacy e tutela della concorrenza. Per risolverla, basterebbe forse restituire la proprietà privata del dato all’utente consumatore, rendendo esplicito lo scambio del dato, individuando un valore di mercato per esso, stimolando la nascita di grandi aggregatori della domanda dei singoli consumatori, in modo da controbilanciare il potere contrattuale dei Big Tech. Insomma, regolare il mercato del dato significherebbe soprattutto stabilire diritti di proprietà sulle informazioni personali, restituendo a ciascuno di noi il controllo sull’uso economico dei dati, accanto al consenso al “trattamento del dato”. Definire i diritti di proprietà sul dato comporterebbe anche capovolgere l’attuale approccio circa la trasparenza dei processi di raccolta del dato e della sua profilazione algoritmica. In qualche misura “costringendo” ciascuno di noi a capire a cosa serve il dato e la profilazione.

Questo tipo di approccio aiuterebbe anche ad affrontare l’altro aspetto della profilazione algoritmica del dato: quello che riguarda il pluralismo online.

4. *Il pluralismo online*

La questione del nuovo pluralismo non riguarda in sé il tema dell’accesso alla piattaforma (come nel caso della par condicio per radio e Tv, regolato da autorità indipendenti), ma il superamento della selezione personalizzata di contenuti, filtrata dall’algoritmo, tra offerta e domanda. Come sottolineano Matthew Gentzkow e Jesse Shapiro, se la domanda è distorta e “sceglie” le informazioni che più si avvicinano alla propria pregressa visione del mondo, l’offerta (in)seguirà la domanda, selezionando, manipolando, persino inventando notizie “che hanno mercato”. Ma se la verità cui anela il pubblico fosse *on demand*, esattamente come un qualunque altro prodotto, e se l’offerta plasmasse le informazioni in funzione di ciò che la domanda richiede, allora verrebbe meno quella necessaria relazione tra libertà (d’espressione) e verità immaginata da John Stuart Mill e dai suoi epigoni. E, anzi, quanto più dura sarà la concorrenza, quanto più elevati saranno gli incentivi dei fornitori di informazione a ridurre il grado di informazione corretta, veritiera e plurale al fine di conquistare un lettore o uno spettatore in più. Insomma, anche in presenza di concorrenza, regole volte a sostenere il pluralismo possono essere necessarie laddove il consumatore di informazione sia orientato non già a cercare la verità attraverso il confronto informativo ma a confermare la propria verità bloccando il telecomando sul tasto che meglio rispecchia la sua pregressa visione del mondo.

Cass Sunstein le chiama “echo chambers”, i luoghi mediatici nei quali ascoltiamo l’eco delle nostre parole, a seguito di quella distorsione cognitiva che conferma i nostri pre-giudizi (*confirmation bias*). Comprendere che le distorsioni cognitive dal lato della domanda di informazioni possono rendere inefficace, ai fini del pluralismo, la concorrenza delle informazioni dal lato dell’offerta, significa mettere in discussione una delle promesse del web: l’avvento della piena libertà d’informazione e il superamento di ogni necessità di regolazione sul web. La diffusione delle piattaforme online e, in particolare dei social network (non a caso ricompresi nel concetto ampio di *social media*), ha comportato il passaggio da un modello di integrazione verticale delle diverse fasi della catena del valore, tipica dell’editoria offline al cui interno l’editore esercitava un controllo (diretto o indiretto), ad una separazione dei diversi stadi del processo produttivo. Cambiano le informazioni e l’accesso alle informazioni, consentendo agli stessi utenti di partecipare alla produzione e ri-produzione di contenuti informativi e generando una contrazione dello spazio di esercizio del ruolo di intermediario svolto dall’editore tradizionale di giornali, radio e tv. La nostra dieta informativa quotidiana è ormai caratterizzata da uno crescente fenomeno di *cross-medialità*, cioè di uso congiunto di mezzi d’informazione tradizionali e di varie modalità offerte dal web, soprattutto attraverso motori di ricerca come Google e Yahoo e social network come Facebook e Twitter. In Italia, secondo l’ultimo rapporto sul consumo d’informazione di Agcom (2018), questo fenomeno interessa oltre i tre quarti della popolazione. La vecchia televisione resiste (circa l’8% della popolazione si informa solo attraverso la tv), mentre il 5% circa degli italiani non si informa affatto. I media tradizionali (*mainstream*), come la tv, rappresentano ancora il principale mezzo utilizzato per informarsi, sebbene l’attenzione si ripartisca in modo difforme tra le diverse generazioni. Oltre un quarto della popolazione italiana reputa internet lo strumento più importante per informarsi. La radiografia italiana non si discosta, in questo, da quella degli altri Paesi avanzati. Il 55% della popolazione italiana consulta almeno una piattaforma online per informarsi, mentre la fruizione delle fonti editoriali online si ferma al 39%. In particolare, social network e motori di ricerca raggiungono le porzioni più ampie di popolazione, pari ciascuna al 37%. Dal lato dell’offerta di informazione, la maggiore disponibilità di fonti informative aumenta il cosiddetto pluralismo esterno e amplifica la libertà di informarsi, di confrontare fonti, di formarsi una opinione autonoma. La stessa offerta è arricchita dai contenuti auto-prodotti, dalle ricostruzioni dirette di testimoni, da “notizie” e informazioni che non provengono soltanto da fonti giornalistiche ma da un universo poliedrico e variegato.

La società digitale vive un paradosso: minimizza il costo di transazione nel-

l'acquisizione di informazioni rispetto al passato ma, al tempo stesso, riduce anche l'attività di ricerca delle informazioni rilevanti. Un fenomeno rafforzato da quella che Derakhshan ha definito la morte degli *hyperlink*. Insomma, nel web, chi cerca trova, ma chi trova, continua a cercare? Sembra proprio di no. Ciò per due ragioni principali: innanzitutto, abbiamo *troppe* informazioni e ci richiederebbe molto tempo il leggerle, filtrarle, selezionarle. Si chiama *information overload*, il sovraccarico informativo per il quale troppa scelta ci confonde e troppa ambiguità ci farebbe sorgere nuove domande, quando sono le risposte quelle che cerchiamo. In un recente studio Petra Persson, della Stanford University, mostra come la concorrenza nell'offerta d'informazione, in un contesto nel quale l'attenzione è limitata, riduce la conoscenza dei consumatori, causando *information overload*.

Lo aveva già detto, nel 1971, il Nobel Herbert Simon che “una ricchezza di informazioni crea una povertà di attenzione e la necessità di allocare efficientemente quell'informazione tra le sovrabbondanti fonti che possono consumarla”. E anche il filosofo israeliano Yuval Harari ha sottolineato come “in un mondo inondato da informazioni irrilevanti, la chiarezza è potere”. La nostra attenzione è scarsa, come il tempo che dedichiamo alla ricerca di informazioni. Finiamo così per scendere alla prima fermata (*one stop shop*) del nostro viaggio alla ricerca di informazioni, con il bagaglio informativo che abbiamo raccolto in pochi *click*.

Come tutti i bagagli fatti in gran fretta, esso contiene solo le cose che ci servono. E ci serve quello che conferma la nostra visione del mondo. Di fronte al sovraccarico informativo selezioniamo attraverso un *doppio filtro*: il *pregiudizio di conferma* da un lato e la profilazione algoritmica dei nostri dati dall'altro, che punta sui nostri interessi e sull'attenzione indotta dalle nostre emozioni. Se l'efficienza dell'algoritmo consiste nell'eliminare ogni rumore o varianza, per permettere un incontro perfetto tra domanda e offerta di informazioni, allora quell'efficienza è in se stessa antitetica al pluralismo, inteso come esposizione non selettiva e aperta a varietà di contenuti che non necessariamente confermano la nostra pregressa visione del mondo.

Non è un caso che questo tipo di meccanismo generi anche una crescita della polarizzazione che si trasforma, nel tempo, nelle *fighting words* dell'estremismo, alla frontiera mobile tra libertà di parola (*free speech*) e parole d'odio (*hate speech*). Una recente ricerca del Pew Institute e gli ultimi dati di Gallup mostrano come le distanze tra repubblicani e democratici, nell'ultimo anno di presidenza Trump, abbiano ormai raggiunto dimensioni storicamente inedite.

Insomma, l'oceano-web nato per soddisfare la nostra libertà di ricerca, per navigare liberamente sul mare delle idee, si rivela pieno di banchine, rotte pre-

stabilite, approdi e porti che sono, allo stesso tempo, il risultato della nostra libertà e il confine delle nostre scelte.

Ci appare così lontanissima quell'epoca iniziale di fiducia ottimistica nella rete per la quale Lawrence Lessig poteva affermare che con internet gli Stati Uniti avrebbero esportato il primo emendamento – e la sacralità del *free speech* – in tutto il mondo. Inteso, nella tradizione del giudice Holmes, non soltanto come tutela della libertà di espressione ma come strumento per far conseguire, a chi ascolta, nel *marketplace of ideas*, la verità.

Nel febbraio del 2017, su *Scientific American*, era apparso un articolo-manifesto, scritto da un gruppo di studiosi di varie discipline, tra i quali Bruno Frey, dal titolo esemplificativo: “*Riuscirà la democrazia a sopravvivere ai big data e all'intelligenza artificiale?*”. Tra gli altri rischi si sottolineava quello politico-elettorale: “Durante le elezioni sarà possibile influenzare gli elettori indecisi a supportare una manipolazione difficile da controllare. Chiunque sarà in grado di controllare la tecnologia potrà vincere le elezioni spingendo se stessi al potere. E il problema è esacerbato dal fatto che, in molti Paesi, un singolo motore di ricerca o social media detiene una posizione predominante di mercato, potendo influenzare in via determinante il pubblico e interferire da remoto con quei Paesi”.

Com'è possibile che si sia passati, in pochi anni, da una narrazione del web come inedito spazio di libertà per l'umanità, dalla primavera araba dei *social* nella piazza di Tahrir agli scorati appelli di eminenti studiosi? E ci può salvare da questi rischi un nuovo paradigma del pluralismo?

Il tema del nuovo pluralismo nell'era del web non è quello antico e noto del *pluralismo esterno*, cioè quello di incrementare la concorrenza tra fonti alternative di informazione e contenuti, limitate dall'accesso a frequenze trasmissive scarse. Qui siamo, infatti, di fronte al caso opposto in cui “il fallimento” nel mercato delle idee avviene dal lato della domanda e non da quello dell'offerta. È il paradosso più clamoroso, tra quelli che abbiamo citato: il web nato per essere la nuova *agorà* globale, rischia di peggiorare il grado di pluralismo, persino rispetto alla vecchia tv, fatta di palinsesti e di organizzazione gerarchica. Ma come migliorare il pluralismo nel web? Entriamo in un campo minato, nel quale, pur senza auspicare forme di regolazione dei contenuti (con i giusti e ripetuti allarmi contro *ministeri della verità*), non possiamo nemmeno accusare ogni voce critica di voler inibire il libero gioco del mercato, l'innovazione e persino la libertà d'espressione sul web. Sarebbe un modo sbagliato di affrontare il tema del pluralismo *online* perché il mondo dell'economia e della società del dato è già fortemente soggetto a regole: solo che si tratta di regole disegnate e decise dalle piattaforme in quanto funzionali a mantenere e sviluppare nuovi modelli di busi-

ness. La questione del *nuovo pluralismo* non riguarda in sé il tema dell'accesso alla piattaforma (come nel caso della *par condicio* per radio e tv, regolato da autorità indipendenti), ma il superamento della selezione personalizzata di contenuti, filtrata dall'algoritmo, tra offerta e domanda. Per questo non basta dire, come Ankhi Das, Public Policy Director di Facebook per l'India e l'Asia centro-meridionale, che “il miglior antidoto contro *fake news* e *hate speech* è *more speech*”. In un mondo digitale governato da pregiudizi di conferma, *echo chamber*, polarizzazione, espressioni d'odio, e nel quale anche il consenso politico si misura a colpi di *like*, il *counterspeech* non alimenta il pluralismo, anzi. La difficile strada che andrebbe seguita dovrebbe esser quella della depolarizzazione, dello *smoothing*, di un vero confronto aperto alle ragioni dell'altro. Lo diceva già, quasi un secolo fa, Walter Lippman, che “quasi tutte le opinioni sulle questioni pubbliche hanno bisogno di un ridimensionamento” usando “parole come piuttosto, forse, se, oppure, ma, verso, non del tutto, quasi, temporaneamente, parzialmente”. Ma come si può eliminare l'esposizione selettiva, la polarizzazione, per produrre diversità ed esporci all'inatteso?

Convince poco l'idea, che pure è stata avanzata, di migliorare la qualità dell'informazione, introducendo, nelle piattaforme, contenuti a pagamento. Ciò significherebbe segmentare ancora di più l'informazione e i silos informativi tra gruppi di individui con attitudine diversa alla fruizione di contenuti non distorti o polarizzati. Per la stessa ragione, progetti di unione delle piattaforme proprietarie, all'interno di un'unica funzione di messaggistica privata crittografata, finirebbero per ridurre ancora di più il pluralismo in isole “di amici”, trasformando la piazza pubblica dei social nel “salotto di casa”. Circolerebbero forse meno *fake news* e ci si difenderebbe meglio da attacchi di odio, è vero, ma ciò avverrebbe al prezzo di eliminare il confronto pubblico, semplicemente nascondendo la disinformazione e l'*hate speech*. Ci vorrebbe, piuttosto, come suggerisce Sunstein, un algoritmo che risolva i problemi di pluralismo dell'algoritmo, pesando e mediando i contenuti, difendendoli da strategie di disinformazione e da espressioni d'odio.

Ma come farlo senza far diventare le piattaforme digitali, di fatto, un editore? E, d'altra parte, se l'editore è colui che seleziona i contenuti proposti dai vari giornalisti, il lavoro di filtro dell'algoritmo non somiglia già a quel mestiere, seppure un po' da lontano? Come fare a pesare – nei risultati di ricerca di Google, YouTube, Bing, nei newsfeed di Facebook o nella gerarchia delle tendenze su Twitter – notizie vere, notizie false, campagne di disinformazione, propaganda, espressioni d'odio e così via?

Un altro tema fortemente dibattuto è quello relativo a siti o account robotici (bot), falsi, o anonimi. Il caso dei siti falsi o dei bot è quello più semplice da

rilevare ed è quello che più inquina il web, i motori di ricerca e i social network non solo con strategie di disinformazione, ma anche inflazionando i costi dell'inserzionismo pubblicitario. Alcune piattaforme sono attive nella loro rimozione, ma anche questo dato andrebbe reso trasparente e verificabile, soprattutto per il recidivismo. Più delicato è il caso degli account anonimi, perché in molte circostanze, e in molti Paesi, l'anonimato rende possibile forme di libertà d'espressione altrimenti sotto minaccia. Si tratta, come si vede, di azioni tutte di tipo editoriale che richiederebbero forti investimenti, anche di tipo occupazionale nel Paese di destinazione dei contenuti, per l'analisi delle informazioni, la gestione trasparente delle segnalazioni e il monitoraggio. Azioni che andrebbero verificate e certificate da autorità indipendenti, definendo una *disclosure regulation* capace di osservare da vicino il funzionamento dell'algoritmo e di misurarne gli effetti.

In attesa di riforme legislative sui poteri delle attuali autorità di regolazione, c'è spazio per una co-regolamentazione che anziché intervenire direttamente sui contenuti, come previsto dalle leggi approvate in Francia e in Germania, vigili almeno sull'adozione delle policy annunciate dalle stesse piattaforme e ne possa valutare gli effetti avendo però precisi poteri di ispezione e audit che oggi mancano. Il tema è assai complesso perché quanto più tiriamo la coperta dal lato dell'inatteso pluralismo online, tanto più rendiamo meno efficiente il *matching* delle piattaforme e viceversa. È, dunque, sul tema della proprietà del dato, della profilazione algoritmica e della trasparenza agli utenti che bisogna lavorare, nonché su meccanismi trasparenti che permettano all'utente di conoscere e scegliere autonomamente il grado di esposizione selettiva ai contenuti determinati dalla profilazione algoritmica. Servono cioè meccanismi che consentano di aumentare il rumore buono (quello che deriva dal confronto tra posizioni diverse), rendendolo visibile, finché cessi di essere rumore e prenda la forma dell'apertura alla diversità, alla varietà, al confronto.

Che ne è allora del pluralismo nella intermediazione informativa basata sulla selezione degli algoritmi? Come possiamo conciliare, in un percorso equilibrato, il valore commerciale dell'informazione e il rispetto di diritti individuali e collettivi fondamentali quali la privacy digitale, la tutela della cybersecurity, la tutela della concorrenza e le garanzie del pluralismo informativo?

Nell'ultimo anno, Google ha subito due condanne per abuso di posizione dominante da parte della Commissione europea. L'antitrust tedesco ha condannato Facebook per abuso di posizione dominante nel mercato dei social network, mentre l'autorità italiana antitrust ha condannato Facebook per violazione del codice del consumo, in ragione della scarsa trasparenza offerta agli utenti della piattaforma circa le scelte disponibili e l'impiego dei propri dati. Sempre in Italia, l'Agcom ha imposto a Google e Facebook di fornire i dati ne-

cessari a calcolare i ricavi nel sistema integrato delle comunicazioni e ha condannato Amazon per mancata richiesta di autorizzazione nello svolgimento di alcuni servizi di recapito postale. Ancora, sempre contro Amazon, l'antitrust italiano ha aperto un'istruttoria per abuso di posizione dominante nel mercato dei servizi di logistica, nonché potenzialmente nel mercato dei servizi d'intermediazione sui *marketplace*, a danno dei consumatori finali. Da quasi due anni, poi, è operativo il regolamento generale europeo sulla protezione dei dati personali (GDPR) e il Garante italiano per la protezione dei dati ha rilevato 946 violazioni su 7219 reclami e segnalazioni.

Da più parti si alza la voce per una ridefinizione delle regole applicate o applicabili a giganti del web. Il premio Nobel Jean Tirole ha proposto, qualche mese fa, di vietare le fusioni e le concentrazioni tra le Big Tech e le start up innovative o, quantomeno, di invertire l'onere della prova circa l'efficienza di queste operazioni, ponendolo in capo alle imprese. Negli Stati Uniti, la candidata alle primarie democratiche per le presidenziali del 2020, Elisabeth Warren, ha proposto una revisione delle regole antitrust per promuovere lo "spezzatino" di Big Tech quali Google, Amazon, Facebook, in nome di una maggiore concorrenza. La stessa idea rilanciata, qualche mese prima, da Tim Wu nel suo libro *The Curse of Bigness: Antitrust in the New Gilded Age*: un grande spezzatino antitrust – come quello che lo Sherman Act rese possibile contro la *Standard Oil* di Rockefeller nel 1911 – per porre rimedio alla inedita forza di mercato dei giganti digitali e ad un potere economico più grande di quello di molti stati. Nella sua lettera agli europei, del marzo 2019, Emmanuel Macron si è chiesto: "chi può pretendere di essere sovrano, da solo, di fronte ai giganti del digitale?".

Ad oggi, le reazioni sono frammentate e le risposte di policy sono frettolose oltre che poco efficaci o confuse.

5. *Le linee guida di Agcm, Agcom e Garante Privacy*

In Italia, una prima risposta è stata fornita, nel 2017, dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dal Garante per la protezione dei dati personali. Le tre autorità indipendenti hanno avviato congiuntamente un'Indagine Conoscitiva congiunta per meglio comprendere le implicazioni per la privacy, la regolazione, la tutela del consumatore e l'antitrust, dello sviluppo dell'economia digitale e, in particolare, del fenomeno dei Big Data.

La decisione di privilegiare un approfondimento interdisciplinare e di svolgere un'Indagine Conoscitiva congiunta è stata originata dalla piena consape-

volezza che le caratteristiche dell'economia digitale sono molto spesso tali per cui gli obiettivi propri delle tre Autorità tendono quasi inevitabilmente ad intrecciarsi e non sempre sono agevolmente distinguibili.

Uno degli aspetti più rilevanti, sotto il profilo della regolazione delle piattaforme e del pluralismo online riguarda l'esperienza maturata dall'Agcom nel "Tavolo per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali" istituito nel novembre 2017, con l'obiettivo di favorire e promuovere l'autoregolamentazione delle piattaforme e lo scambio di buone prassi per l'individuazione ed il contrasto dei fenomeni di disinformazione online frutto di strategie mirate. L'iniziativa, peraltro, si iscriveva nel percorso istituzionale intrapreso da Agcom già a partire dal 2015, con la pubblicazione di rapporti e indagini conoscitive sul sistema dell'informazione online. Dall'esperienza Agcom emergono tuttavia alcuni evidenti limiti di forme di autoregolazione che non siano accompagnate da poteri di audit e di inspection circa il ruolo della profilazione algoritmica nella selezione dei contenuti. Risulta pertanto auspicabile una verifica terza e indipendente degli esiti e dell'impatto misurabile delle iniziative di autoregolazione. In questa prospettiva, sembrano opportune iniziative legislative volte ad assicurare alle autorità indipendenti preposte alla tutela del pluralismo, poteri di audit e di inspection circa la profilazione algoritmica ai fini della selezione delle informazioni e dei contenuti, nonché in relazione agli esiti dell'applicazione delle policy e delle regole che le piattaforme digitali globali si sono date in tema di rimozione di informazioni false o di hate speech. Manca, infatti, ad oggi, una reportistica verificabile di tali autonome iniziative. Con riferimento, infine, al tema delle espressioni d'odio (hate speech), a seguito della trasposizione della nuova Direttiva sui servizi media audiovisivi, l'Agcom applicherà anche alle piattaforme di videosharing il proprio regolamento di cui alla Delibera 157/19/CONS, avviando nel frattempo forme di co-regolazione per questo tipo di piattaforme.

L'indagine congiunta è stata pubblicata nel febbraio del 2020 e contiene, nella sua parte finale, alcune linee guida e alcuni suggerimenti al legislatore per rafforzare i poteri e le competenze delle autorità. In sintesi, le undici raccomandazioni prevedono:

1. la richiesta al Governo e al Parlamento d'interrogarsi sulla necessità di promuovere un appropriato quadro normativo che affronti la questione della piena ed effettiva trasparenza nell'uso delle informazioni personali (nei confronti dei singoli e della collettività);
2. il rafforzamento della cooperazione internazionale sul disegno di policy per il governo dei Big Data;
3. la promozione di una policy unica e trasparente circa l'estrazione, l'accessibilità e l'utilizzo dei dati pubblici al fine della determinazione di

- politiche pubbliche a vantaggio di imprese e cittadini. Sarà necessario un coordinamento tra tale policy e le strategie europee già esistenti per la costituzione di un mercato unico digitale;
4. l'individuazione di processi volti a ridurre le asimmetrie informative tra utenti e operatori digitali, nella fase di raccolta dei dati, nonché tra le grandi piattaforme digitali e gli altri operatori che di tali piattaforme si avvalgono;
 5. l'identificazione, prima delle operazioni di trattamento dei dati, della loro natura e proprietà e valutare la possibilità d'identificazione della persona a partire da dati "anonimizzati";
 6. l'introduzione di nuovi strumenti per la promozione del pluralismo online, la trasparenza nella selezione dei contenuti nonché la consapevolezza degli utenti circa i contenuti e le informazioni ricevute on-line, ivi incluse opportune iniziative legislative volte ad assicurare alle autorità indipendenti preposte alla tutela del pluralismo, poteri di audit e di inspection circa la profilazione algoritmica ai fini della selezione delle informazioni e dei contenuti;
 7. il perseguimento dell'obiettivo di tutela del benessere del consumatore con l'ausilio degli strumenti propri del diritto antitrust estendendoli anche alla valutazione di obiettivi relativi alla qualità dei servizi, all'innovazione e all'equità;
 8. la riforma del controllo delle operazioni di concentrazioni al fine di aumentare l'efficacia dell'intervento delle autorità di concorrenza;
 9. l'individuazione di meccanismi e di normative volte ad agevolare la portabilità e la mobilità di dati tra diverse piattaforme, tramite l'adozione di standard aperti e interoperabili;
 10. il rafforzamento dei poteri di acquisizione delle informazioni da parte di Agcm ed Agcom al di fuori dei procedimenti istruttori e aumento del massimo edittale per le sanzioni al fine di garantire un efficace effetto deterrente delle norme a tutela del consumatore.
 11. l'istituzione di un "coordinamento permanente" tra le tre Autorità.

La parola adesso passa al legislatore. La sfida digitale è così profonda e pervasiva da rendere ormai irrinunciabile una revisione complessiva del quadro regolamentare che oggi governa l'informazione audiovisiva, la raccolta pubblicitaria, la stessa protezione della privacy. Un quadro spesso frammentato tra le competenze di diverse autorità, nate vent'anni fa e oggi prive di poteri e strumenti adeguati alle sfide che abbiamo di fronte davanti per le imprese, i consumatori e i cittadini.

Gianmarco Montanari

La rivoluzione dell'economia immateriale

In una conferenza del 1928 pubblicata nel 1930 dal titolo “Quali saranno le possibilità economiche dei nostri pronipoti”, John Maynard Keynes, economista britannico padre della macroeconomia, sostenne che il vero progresso cominciò solo con la massiccia importazione di oro e argento saccheggiate nel Nuovo Mondo durante il sedicesimo secolo. Circa un secolo più tardi cominciò la grande era del progresso tecnologico, con un numero incalcolabile di invenzioni e lo sviluppo di ogni tipo di macchina. Il risultato fu l'enorme incremento della popolazione mondiale e dunque dei consumi. Specialmente in Europa e negli Stati Uniti il tenore di vita quadruplicò e il capitale centuplicò.

Lo sviluppo della società, interrotto solo da drammatiche parentesi belliche, è continuato senza sosta attraverso lo sviluppo di nuove tecnologie e un continuo processo innovativo. Oggi però l'innovazione travolgente che stiamo vivendo in questa nuova fase dei processi produttivi ci consegna la dimensione immateriale di questi ultimi, evidenziando una serie di elementi peculiari che la rendono unica in confronto a quella materiale che ha caratterizzato il mondo economico e sociale fino a qualche decennio fa.

Il costo di produzione nella dimensione immateriale è infinitamente minore rispetto a quello della dimensione materiale, se confrontiamo il costo della programmazione di un codice con il costo di acquisto di materie prime, la loro lavorazione, la gestione dei rifiuti, i trasporti, le dogane, la gestione degli intermediari ecc.

Riprodurre non costa affatto o meglio ha un costo incrementale che tende a zero. Tale caratteristica, oltre all'economia di scala e al fenomeno di “winner takes it all”, fa sì che i ritorni spesso siano crescenti e in misura esponenziale.

Anche archiviare e immagazzinare costa poco o nulla: pensate cosa significa stampare e archiviare tutta la vostra posta giornaliera, per non parlare della sua successiva catalogazione e gestione. Neppure trasferire costa ed è istantaneo; qui o a Tokyo non fa differenza.

La caratteristica dei beni è incomparabile: non sono né rivali né escludibili né tantomeno deperiscono. Questo si traduce nell'aver a disposizione la rassegna stampa dei principali quotidiani del mondo ritagliata su misura per i nostri

interessi, oppure nell'acquistare biglietti aerei quando questi raggiungono il prezzo minimo o ancora nel possedere un numero telefonico straniero in Italia per essere reperibili ovunque. Ci possiamo permettere anche di tradurre automaticamente testi scritti in lingue sconosciute, di dettare una lettera a un tablet, di comporre documenti a più mani condividendoli con persone sparse nei quattro angoli del pianeta, di pagare le bollette. Siamo in grado di misurare le calorie consumate nell'ultima corsa, di scattare una fotografia in pochi secondi, di conservarla per portarla ovunque. Tali abilità, un tempo nemmeno lontanamente immaginabili, sono rese oggi possibili dallo sviluppo dell'elettronica digitale che produce una velocità senza pari nella storia dell'uomo. Dietro a ognuno di questi atti che amplificano le possibilità dell'uomo si celano trasformazioni dell'economia e della società con implicazioni non banali: la crisi del diritto d'autore, per esempio, la globalizzazione del commercio, la ristrutturazione delle filiere del trasporto e del turismo, la porosità delle aziende e la flessibilizzazione dei rapporti lavorativi, l'aumento della competizione e della produttività, le difficoltà del sistema bancario e le prospettive delle assicurazioni e della sanità; per finire l'invasione di ogni angolo della nostra sfera personale.

Tutte queste trasformazioni e molte altre ancora hanno una radice comune: l'evoluzione tecnologica che porta alla dimensione informatica – cioè immateriale – strumenti e attività tradizionali basati sulle sue componenti materiali, mentre per secoli è esistita solo un'economia materiale. L'economia immateriale è invece uno sviluppo recente nella storia dell'uomo che presenta una crescita poderosa. L'immateriale è infatti facilmente accessibile in tempo reale da ogni parte del globo a costo nullo; la lavorazione viene fatta da computer, anch'essa dunque con costi variabili nulli. Il costo del coordinamento si riduce di centinaia di volte rispetto alle modalità tradizionali annullando le abituali barriere all'accesso caratteristiche dei mercati.

La dimensione immateriale come abbiamo visto è ampiamente deregolamentata, caratterizzata da ritorni crescenti e tende a monopoli e oligopoli mondiali con il risultato che in pochi anni si stanno creando posizioni di dominanza nella intermediazione di servizi della dimensione materiale.

Oggi chi controlla i dispositivi controlla anche le applicazioni permesse, che si chiami Apple con l'iPhone o Microsoft con Windows 10, sottraendo agli utenti la libertà di installare i software che preferiscono sui propri hardware e alimentando così le posizioni oligopolistiche immateriali su oggetti che sono ormai la principale interfaccia utente di scambio economici e sociali nella dimensione materiale.

Una volta erano le grandi potenze ad avere il controllo delle vie del mare; oggi siamo di fronte al possibile controllo discriminato di ogni informazione.

Gli stessi PIL nazionali generati dai prodotti locali materiali, oggi sono in balia di intermediari multinazionali operanti nella dimensione immateriale che impongono le loro condizioni e spostano i profitti per ottimizzare la propria posizione fiscale.

Nel mondo dell'informazione le nuove tecnologie e l'avvento dirompente dei social network hanno modificato sia le modalità di fruizione dei media sia la credibilità di questi ultimi. Le fake news sono divenute attraverso questi sistemi addirittura, come si è visto, strumento per modificare le preferenze in campagna elettorale. Di fatto, scadendo il valore della veridicità della fonte, la professione giornalistica in senso tradizionale ha subito un tracollo. Come muta questo importante settore della società civile, così cambia in un sistema crescente di disuguaglianze il mondo del lavoro. Nouriel Roubini della New York University sostiene che le attuali innovazioni tecnologiche presentano due distorsioni: sono a intensità di capitale, quindi favoriscono chi investe rispetto a chi propone lavoro; sono a intensità di competenze, quindi favoriscono lavoratori che hanno forti abilità tecniche, risparmiano manodopera e di conseguenza riducono il numero complessivo di lavoratori non specializzati. Questi mutamenti dovuti alla rivoluzione tecnologica che stiamo vivendo faranno sparire molte professioni tradizionali nell'industria e nei servizi creando nell'immediato tensioni sociali e disuguaglianze. Ma nel prossimo futuro le nuove tecnologie produrranno il loro effetto e quindi i robot sostituiranno gli uomini in lavori usuranti e pericolosi, ma ci saranno tanti uomini che progetteranno e gestiranno le nuove macchine e così via per diverse altre innovative applicazioni. Nel nostro futuro vi è una grande sfida: quella di utilizzare le nuove tecnologie per migliorare la vita dell'uomo, significa offrire benessere pensando anche alle generazioni future, innovare senza danneggiare irrimediabilmente il pianeta e fare in modo che la ricchezza cresca per tutti.

*Gustavo Ghidini*¹

La resistibile (?) ascesa dei “titani della rete” Dal potere economico all’egemonia sociale

Il potere commerciale dei titani del web (definizione del “The Economist”) si allarga e diffonde in direzioni diverse ed anche distanti. Due soli esempi: oltre a distribuire online di tutto, Amazon è divenuta anche casa di produzione cinematografica. Google spazia dai servizi di geolocalizzazione alla edizione di news, dalla diffusione di video e filmati (YouTube) a servizi di mobilità urbana (Uber). E così via. Si tratta di gruppi “conglomerati”: grandi organizzazioni che controllano, attraverso partecipazioni strategiche, settori industriali e commerciali anche diversissimi fra loro. Grandi “bacini”, insomma, in cui tanti distinti affluenti alimentano il fiume delle entrate e soprattutto il potere del gruppo. Non si tratta “solo” di potere di mercato in senso puramente economico (ma è mai esistito un grande potere economico che fosse solo economico?). Quel potere si intreccia, e rafforza, con l’assetto super-oligopolistico (“oligopolio spinto” nel gergo degli economisti) che ha assunto il mercato del controllo dei dati e delle informazioni che viaggiano sulla rete. Cinque grandi, in tutto il mondo: le cosiddette GAFAM, Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft, “i cinque terribili” (freightful five), come li ha chiamati il “New York Times”. A brevissimo, dovrà aggiungersi qualche iniziale cinese. Questa strabordante potenza sta allarmando lo stesso mondo della cultura, dell’economia, della politica. Persino un padre del web come Tim Berners-Lee ha sottolineato il pericolo che l’universo digitale, la “creatura” tecnologica cui si assegnavano tante speranze messianiche di nuovi orizzonti di progresso umano, si stia trasformando in un gigantesco sistema di condizionamento e di controllo sociale da parte di pochi oligarchi.

È il timore, in altre parole, che il potere di questi giganti di controllare ed influenzare gli orientamenti dei cittadini si stia pericolosamente estendendo dalla

¹ Emerito dell’Università degli Studi di Milano. L’articolo riprende, con diverse modifiche, parte di un capitolo del libro (*in*) *Civiltà digitale – La doppia anima della tecnologia*, scritto dall’autore con Daniele Manca e Alessandro Massolo, e di imminente pubblicazione per l’editore Solferino.

(presunta innocente) sfera del consumo di beni e servizi a quella di comportamenti, scelte, decisioni di natura culturale e politica dei cittadini, orientandole verso modelli omologanti, alienanti, nemici della capacità critica e della sopravvivenza di una informazione autenticamente plurale. Una prospettiva aggravata dalla parallela frantumazione del “sé collettivo”, potentemente indotta dalla modalità stessa della comunicazione digitale di massa: che sollecita ad esprimere, e così esalta, preferenze, speranze, fobie, concezioni di vita, interessi particolari dell’ego individuale, rischiando di trasformare la società in un aggregato di monadi. Insomma, quel potere polipoide concentrato nelle “cinque sorelle” del web (le dinamiche della concorrenza potranno far variare i “nomi”: ma saranno sempre pochi super-oligopolisti) tende ad invadere la società tout court, infiltrandone i gangli culturali, politici, istituzionali, grazie anche alla disponibilità di mass media e potenti apparati lobbystici. E così viene “invisibilmente” ma sempre più intensamente ad influenzare stili di vita e orientamenti culturali e politici: e inevitabilmente, lo svolgimento stesso della vita democratica di società che vogliono continuare a dirsi “aperte”. Che fare? “Lasciar fare al mercato” secondo il frusto mantra neoliberaista? Nemmeno Adam Smith pensava che il mercato medica se stesso. E allora, quali difese dal superpotere mettere in campo?

Le multe non bastano

Autorevoli mezzi di informazione, come il britannico “The Economist” o l’americano “Foreign Policy”, difficilmente sospettabili di radicalismo anticapitalistico, si sono interrogati sui mezzi da mettere in campo per “domare i web-Titans”. E hanno concordemente auspicato l’adozione, o la ri-adozione, di incisivi interventi delle Autorità antitrust. Le “multe” non bastano, riconoscono ormai tutti (tranne i multati).

In primo luogo, e ovviamente, esse possono colpire solo “abusi” della posizione di dominanza, non la dominanza in sé, anche se “super”. Inoltre, l’esperienza mostra che, anche se pesanti, esse vengono serenamente postate a bilancio come “costi operativi” dai giganti colpiti. Esempio il caso delle due multe in rapida successione comminate a Google: la prima da 2,4 miliardi per aver usato il motore di ricerca Alphabet facendo in modo che privilegiasse i servizi della conglomerata; la seconda da 4,3 miliardi relativa al comportamento anti-competitivo sul sistema operativo Android dominante sugli smartphone. Multe pesantissime, certo, ma che non hanno scalfito l’azione di Google. Anzi, il “Financial Times”, commentando il caso Alphabet, è arrivato a definire “the new normal”, la nuova normalità, la reazione del colosso di Mountain View,

che ha inserito la sanzione nel bilancio di Alphabet sotto la voce “costi operativi”.

L'arma dello scorporo. Un modello normativo italiano

Per un contenimento più incisivo del superpotere dei titani del web, si potrebbe ricorrere (oltre alle multe) ad interventi di tipo strutturale. Anzitutto, le Autorità antitrust dovrebbero bloccare eventuali acquisizioni da parte dei colossi della rete, le quali possano impedire l'arrivo di nuovi competitor. Si pensi solo ai recenti passaggi di Instagram a Facebook e di Waze a Google. E si potrebbe anche revocare le concentrazioni già autorizzate, in una prospettiva generale di intervento per “spezzare” il potere conglomerale dei giganti del web. C'è chi, in ambienti sia accademici sia politici specie degli Stati Uniti, già propone lo scorporo di società operative dalle capogruppo conglomerali che le controllano. Il cosiddetto break-up dei giganti della rete.

Prima di discutere delle proposte americane, è all'Italia che si dovrebbe guardare per una normativa cui ispirarsi sul piano dei principi guida. È la legge 31/7/ 1997, n. 249, cosiddetta legge Maccanico, dal nome del ministro che fortemente la volle a difesa del pluralismo dell'informazione.

L'Art 2 della legge fa divieto di posizioni dominanti nel campo dell'informazione – in primis radiotelevisiva, ma non solo – andando oltre il “comune” diritto antitrust che viceversa contrasta gli “abusi” delle posizioni dominanti, non queste in sé.

Il divieto non è semplicemente proclamato: la legge attribuisce alla Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), istituita dalla stessa legge, il potere di prevenire nuove e rimuovere preesistenti posizioni dominanti (art. 3). Ora, come può tale rimozione realizzarsi se non attraverso “svestizioni” del gruppo, così “spezzato” in diverse imprese indipendenti. Come fu fatto in USA nel campo delle TLC nel caso AT&T.

Le analogie di situazioni, e l'identità di ratio, sembrano evidenti: tutto ruota attorno al controllo dell'informazione da parte di grandi, grandissimi gruppi dominanti.

Ora, l'imperativo del pluralismo, che si scontra con la concentrazione del controllo delle informazioni e dei relativi flussi nelle mani di pochissimi giganti, deve attraversare l'intero sistema dell'informazione, e penetrarne i gangli più potentemente diffusivi: sino a poco tempo fa, soprattutto la radio e la televisione, oggi soprattutto le grandi piattaforme della comunicazione digitale.

Insistere sul punto farebbe torto all'intelligenza del lettore.

Proposte USA di “smembramento” dei titani della rete

Veniamo ora alle recenti proposte che da oltre Atlantico invocano il break up dei giganti del web, evocando il caso, poc' anzi ricordato, dello “spezzatino” del gigante AT&T del 1982 (e quello della storica “svestizione”, decenni prima, della Standard Oil). Oggi, nello specifico scenario “smaterializzato” del web globale, dove non ci sono infrastrutture fisiche come ponti radio, antenne, etc da poter suddividere, come nelle TLC tradizionali, per “spezzare il potere” dei giganti del web (salvaguardando l'interesse generale allo sviluppo dell'innovazione: si veda tra breve) la sola via realisticamente percorribile appare quella della separazione societaria di imprese “figlie” dalla capogruppo. Questa constatazione non basta a rendere meno generiche le invocazioni delle separazioni strutturali che provengono dagli USA: generiche come anche quella avanzata da membri del Congresso USA, come la già ricordata senatrice Elizabeth Warren, candidata alla Presidenza degli Stati Uniti. Per dare concretezza alla proposta, e smussarne la principale criticità, si deve soprattutto capire come si possa “spezzare il potere” dei giganti del web salvaguardando l'interesse generale allo sviluppo dell'innovazione. Nessuna persona sensata può negare il valore delle tante innovazioni, fonti di realizzazioni e potenzialità positive, realizzate dai giganti del web, né tanto meno auspicare che lo sviluppo dell'innovazione (“buona”) sia frenato. La preoccupazione per la crescente (e per ora “non resistibile”) ascesa dei titani del web non può pertanto condurre ad una riesumazione della banale retorica dello “small is beautiful”. L'innovazione e la ricerca della qualità richiedono in molti settori ingenti investimenti, che sarebbe assurdo disincentivare. Anzi, in diversi settori industriali, specie in Europa, v'è bisogno di crescita dimensionale per competere, proprio e anzitutto sul lato dell'innovazione, con i giganti americani e cinesi. E tuttavia – anche a parte la pur essenziale distinzione fra innovazione “buona” (AI per la diagnostica medica) e “cattiva” (AI per i killer robot) – un conto sono le dimensioni funzionali all'innovazione, altro è una crescita esponenziale unicamente guidata dall'obiettivo di un sempre maggior potere. Se Amazon cresce innovando nella logistica dei beni di consumo, che relazione ha questo con l'innovazione nella tecnologia cinematografica? O se Google cresce innovando nei motori di ricerca, che relazione ha questo con l'innovazione nel modello di business per il noleggio di auto (Uber)? Pertanto, per non frenare l'innovazione di settore né incidere sull'efficienza aziendale, le separazioni, anzi i divorzi, dovrebbero avvenire rispetto ad entità operative tecnologicamente e funzionalmente disomogenee, e dunque indipendenti sotto tali profili. Come nei due esempi appena fatti: al quale si potrebbe aggiungere, fra i tanti, quelli della possibile separazione di

YouTube da Google Maps. Con queste, ed eventuali altre cautele, è realistico, se non manchi la “volontà politica”, ipotizzare incisivi interventi normativi, anche radicali, come appunto lo scorporo. Il “il mercato in sé” non può – o quanto meno può non – bastare nelle diverse situazioni e circostanze: specie se nei suoi gangli vitali esso sia dominato da pochi detentori di un immenso potere. Chi può illudersi che costoro rinuncino spontaneamente a perseguire la crescita, ad infinitum, della loro egemonia?

Sebastiano Maffettone

L'Etica pubblica nel mondo dei social network

Premessa: da qualche mese, ho fondato – con un gruppo di colleghi e amici – Ethos, un centro di etica pubblica che opera presso la Luiss Business School a Roma. Ethos si occupa di etica pubblica e business, arte, cultura, medicina, benessere, spiritualità, sostenibilità. Collabora con svariate istituzioni pubbliche e private, nazionali e internazionali. Uno dei suoi scopi principali è quello di rendere l'etica pubblica meno astratta e più concreta, pur essendo al tempo stesso coerente con la grande tradizione teorica. Tra i grandi temi di etica pubblica – di cui Ethos si occupa – non poteva mancare quello delle conseguenze etiche e politiche del digitale. Questo articolo è stato scritto per “Storia e memoria” alla luce della ricerca che stiamo svolgendo in materia in questo ambito. Prima di affrontare il tema centrale è perciò necessario introdurre il concetto di etica pubblica, per come si è venuto sviluppando nel nostro Paese anche attraverso l'opera di chi scrive queste pagine. All'inizio degli anni Settanta del 1900, l'Italia si trovava a dover fronteggiare le conseguenze intellettuali di una modernizzazione sociale e simbolica di proporzioni enormi. Dal punto di vista teorico, il Paese sembrava impreparato a farlo, stretto come era tra il dominio culturale del marxismo-leninismo e le (giustificate) resistenze di un pensiero cattolico incapace di competere adeguatamente. Il 1968, nel suo complesso, aveva promosso un misto di atteggiamenti personali libertari e di comportamenti sociali in cui l'insistenza sulla qualità della vita e il fascino del comunismo confliggevano con la mentalità acquisitiva del capitalismo. Del fatto che qui sia da trovare la matrice culturale dell'etica pubblica, nel suo significato generale, è difficile dubitare. La generazione hippie, la mentalità freak, i richiami indianeggianti della beat generation (quelli dei Kerouac e Ginsberg), l'inclinazione al rifiuto del consumismo, la riscoperta dell'eros contro il disagio della civiltà (come in Marcuse), sono tutti aspetti che – in maniera sempre informale e spesso confusa – precedono l'idea centrale dell'etica pubblica come equilibrio prospettico tra imperativi economici e esigenze di giustizia sociale e autonomia individuale piena.

Fatto è che, a questo clima spirituale rinnovato, la cultura marxista e cattolica, con qualche rara eccezione, non riusciva a trovare risposte adeguate. Dopo

l'orgia problematicamente "rivoluzionaria" dei secondi anni Sessanta del secolo scorso, la mia generazione si rendeva progressivamente conto di un sostanziale deficit di proposta culturale e materiale. Questo rendersi conto poteva sfociare talvolta nella disperazione gruppettara degli anni di piombo, talaltra nella fuga dalla responsabilità morale e intellettuale che caratterizza il disimpegno post-moderno. Ma si sentiva sempre più l'esigenza di una nuova sintesi, in grado di congiungere la controcultura degli anni Sessanta del secolo scorso con la ricostruzione dello stato liberal-democratico. Il luogo classico in cui questa sintesi ha avuto luogo è stato per molti di noi l'impensato volume di un filosofo sofisticato e difficile di Harvard, John Rawls. Nel suo *A Theory of Justice* del 1971 è avvenuta una sostanziale rivitalizzazione dello stato liberal-democratico attraverso le energie nuove scaturite dai movimenti degli anni Sessanta.

Naturalmente, ci si poneva il problema di come coniugare il messaggio astratto del lavoro di Rawls con le realtà specifiche di diversi contesti istituzionali e orizzonti culturali. È in questa luce che si può comprendere come piccoli gruppi di intellettuali motivati abbiano dato origine a quello che io ho chiamato il paradigma dell'etica pubblica. Posso parlare con cognizione di causa di *Politeia* e la *Fondazione Feltrinelli* che – entrambe a Milano – nella seconda metà degli anni Settanta e nella prima degli anni Ottanta cercarono di rinnovare la cultura italiana, puntando proprio sull'etica pubblica, cioè sulla possibilità di dare senso alle istituzioni liberal-democratiche tramite una nuova intenzionalità cultural-politica liberale e socialdemocratica, in grado di impregnare lo spirito pubblico non meno che l'orizzonte nel cui ambito si programmano le policies fondamentali. L'etica pubblica così concepita tende a fondere individualismo normativo e giustizia sociale, in un'ottica che vede la sostenibilità sistemica, cioè la stabilità nel progresso e nella giustizia, come aspetto centrale del pensiero istituzionale. Ethos prosegue oggi in questa direzione, consapevole che molto è stato già fatto sul piano dell'affermazione dei principi e che tanto ancora s'ha da fare nell'ambito delle pratiche. In questo articolo, discuto la crisi della democrazia nel mondo digitale nella prospettiva dell'etica pubblica su di uno sfondo assieme legale, politico, giuridico e sociale.

1. *Il problema*

Yuval Oah Harari, nel suo saggio bestseller *Homo Deus*, ci suggerisce che l'essere umano contemporaneo si trova davanti nuove sfide. Se nell'antichità e nella sua storia in generale, si era dovuto sempre confrontare con pericoli esterni – quali la carestia, la guerra e le epidemie – ora deve riflettere di più sui peri-

coli interni, dove per interni si intende creati dallo stesso essere umano. L'estremo progresso tecnologico e le sue conseguenze nel mondo della produzione esemplificano bene questo trend metastorico. I nuovi pericoli dell'umanità vengono così dall'inquinamento ambientale, dai rischi della manipolazione genetica, dalla pervasività dei processi di digitalizzazione in atto. Che sono tutti pericoli interni.

Sappiamo in particolare che le nuove tecnologie informatiche stanno cambiando il modo tradizionale di vedere le cose e in qualche maniera anche il mondo così come lo conosciamo. La IA potrebbe condurre l'essere umano a superare i suoi limiti cognitivi e biologici. Con il rischio futuribile ma non troppo di creare un universo in cui l'intelligenza sia separata dalla consapevolezza e dalla umanità stessa. Un rischio distopico quest'ultimo che impone una riflessione etica e politica.

Non si tratta certo di una novità. Proprio su un presupposto di questo tipo, le ICTs (Information and Communication Technologies) sono state studiate non solo dal punto di vista della scienza e delle sue applicazioni, ma anche dal punto di vista del loro impatto etico, sociale, politico e ontologico. In particolare, lo sono stati temi che riguardano la privacy, la proprietà intellettuale, l'accuratezza dell'informazione, l'hacking, la digital divide, la libertà di espressione e i suoi limiti, e così via.

Questo intervento, come abbiamo detto, si muove nell'ambito dell'etica pubblica. Dopotutto la de-materializzazione progressiva della realtà e la sua progressiva trasformazione in dati e connessioni tra dati non può non avere conseguenze per il modo in cui comunichiamo e quindi concepiamo i valori morali e politici. Da questo punto di vista, l'invito qui formulato è a riflettere su alcune conseguenze morali e politiche dei processi in atto. Più precisamente, intendiamo brevemente discutere i due punti:

- i) Politica: a partire dalla crisi della democrazia in atto;
- ii) Etica: come l'esperienza diventa dato e il dato diventa profitto.

Cominciando dalla politica, si può dire che la visione politica deve essere in grado di processare adeguatamente quanto accade nel mondo e questo dipende in parte notevole dall'interazione tra tecnologie e comunicazione. Quando ciò non avviene, la politica è in crisi e non riesce a svolgere il suo compito di comunicazione e deliberazione.

La crisi politica in questione è resa evidente dalle difficoltà del discorso pubblico. Un dialogo politico razionale e ragionevole diventa sempre più improbabile. Assistiamo invece all'affermarsi progressivo della post-verità, al tramonto della razionalità in nome del puro rigurgito emozionale, al populismo

come rifiuto della discussione informata. Siamo tutti consapevoli del ruolo preponderante che questi fenomeni hanno nella vita pubblica dei nostri giorni.

È stato già notato come questa vera e propria invasione di tecnologia informatica richieda il supporto di narrative umanistiche per affermarsi (Scott Hartley ha scritto un bel libro per combattere la falsa contrapposizione tra *The Fuzzy and the Techie* con rivelativo sottotitolo *Why the Liberal Arts Will Rule the Digital World*). Ma si tratta di confrontarsi con qualcosa di ancora più importante, sarebbe a dire il tentativo di riscattare la sfera pubblica discorsiva dalla tecnicizzazione in cui la pervasività della IA sembra condannarla, recuperando spunti di riflessione e critica che ancora sussistono nelle pieghe della società contemporanea. Nella sua memoria storica, starei per dire.

Non è la prima volta che una radicale trasformazione tecnologica porta con sé conseguenze generali di natura etica e politica. Forse nessuno come Karl Marx ci ha spiegato che esiste un rapporto necessario tra l'impiego di (nuove) tecnologie, mezzi di produzione loro corrispondenti e capacità umana di renderne conto. Quest'ultima capacità è alla base di quella che solitamente chiamiamo visione politica. Ora, è abbastanza chiaro che un sistema così composto debba essere in equilibrio per funzionare correttamente. La visione politica, detto in altro modo, deve essere in grado di processare adeguatamente quanto accade nel mondo effettivo e che dipende in parte notevole dall'interazione tra tecnologie e mezzi di produzione. Quando la politica è in grado di svolgere questo compito la società è relativamente stabile e diretta verso scopi di interesse generale. Tale stabilità presuppone – in democrazia – che la trama della ragione pubblica tenga. Quando ciò non avviene la politica non riesce a svolgere il suo compito di comunicazione e deliberazione.

Ma naturalmente quello che più ci interessa è cercare di capire come si possa trovare un rimedio. A questo scopo: si possono fare tre ipotesi:

- i) Che attualmente le forze politiche di sistema attraversino una profonda e duratura crisi;
- ii) Che tale crisi sia connessa a una progressiva perdita di senso della comunicazione politica;
- iii) Che tale perdita di senso dipenda dalla incapacità dei regimi politici di governare la complessità delle nuove tecnologie dell'informazione.

La tesi che ne discende è che il sistema politico non riesce a comunicare adeguatamente fatti e valori perché i tempi e i modi delle ICT non sono compresi dalla politica che non è in grado di inquadrarli nell'ambito dei suoi processi discorsivi e deliberativi.

Che fare per riportare il sistema politico in equilibrio con il progresso della conoscenza applicata all'informazione? Suppongo ci siano due modi contrap-

posti per confrontarsi con un'esigenza del genere. Il primo consiste nel tentativo politico reazionario di reprimere e soffocare il progresso tecnologico (per esempio sulla scia di un pensatore come Heidegger). Il secondo nell'aumentare la capacità del sistema politico di interagire con le tecnologie informatiche. È fin troppo facile optare per la seconda opzione. Ma come si può fare per rendere il sistema politico più capace di governare la complessità della informatizzazione in atto? Un buon modo potrebbe partire dal rendere il sistema politico più isomorfo con l'universo delle nuove tecnologie dell'informazione. Dopotutto, forse le ICT sono l'origine del problema, ma potrebbero essere anche la fonte della sua soluzione. Perché la politica e la ragione pubblica sono scambi codificati fra soggetti in uno spazio pubblico condiviso, e ovviamente le tecnologie della comunicazione e le relazioni che esse rendono possibili hanno funzioni simili.

2. *Web e democrazia: il mercato del lavoro*

Ci sono almeno due modi principali in cui il web influenza la democrazia politica. Il primo riguarda direttamente il cambiamento del mercato del lavoro dovuto al digitale in un periodo di avanzata globalizzazione e indirettamente il cosiddetto populismo. Il secondo dipende invece dalla capacità dei nuovi strumenti digitali di anticipare e in parte manipolare le preferenze dei cittadini-elettori. Il secondo di questi due modi è più evidente ed è divenuto noto a molti per le vicende legate a Cambridge Analytica e i timori generali a esse legati. Il primo dei due modi è, invece, in qualche modo più sotterraneo e controverso.

Cominciamo dal primo dei due (che è trattato in maniera analitica nel libro di Pietro Maffettone *Populismo e Filosofia Politica* di imminente pubblicazione). Il populismo ha a che fare con il web perché il modo di produzione basato sul digitale funziona in parte come lo star system dello spettacolo o dello sport professionistico. In altre parole, nel mondo economico in cui opera il web pochi guadagnano moltissimo e molti pochissimo. L'unica risposta seria a un fenomeno del genere consiste ovviamente nel reperire una serie di misure atte a creare un insieme di lavori decenti per chi sta peggio, onde dar nuovo fiato a una middle class in via di sparizione.

Ma vediamo prima di che cosa stiamo parlando. Possiamo dare per scontato che il cambiamento tecnologico – dovuto alla rivoluzione digitale – assieme al cambiamento economico che ne è seguito, ha implicato una trasformazione radicale del modo in cui si produce, si scambia informazione, conoscenza e cultura tale da ridefinire le principali pratiche sociali. Il termine informale “eco-

nomia dell'informazione" descrive abbastanza bene qualcosa del genere. Termine quest'ultimo che enfatizza l'enorme rilevanza dell'informazione nella prospettiva della produzione di beni e servizi.

Ciò detto, il punto principale che riguarda il mercato del lavoro e le sue conseguenze politiche – a cominciare dal populismo – verte sulle conseguenze del cambiamento tecnologico sui lavoratori skilled e unskilled (dotati o meno di specifiche capacità tecnico-professionali). Nei loro confronti, gli effetti dell'automazione si possono presentare in termini di complementarità o sostituzione. Detto in breve, nel caso della complementarità non ci sono particolari danni per il lavoratore in termini di disoccupazione, obsolescenza etc, danni che invece sussistono in caso di sostituzione. Naturalmente, l'impatto su di un dato tipo di lavoro di una nuova tecnologia – diciamo di automazione – dipenderà dal tipo di capacità normali richieste dal lavoro in questione. Ed è, da questo punto di vista, abbastanza intuitivo che capacità ripetitive e codificabili si prestano più facilmente a essere sostituibili da tecnologie basate sull'automazione (è difficile sostituire con una macchina un raffinato couturier, un cuoco sopraffino o un bravo barbiere).

Questo tipo di ragionamento implica che il cambiamento tecnologico – l'economia della conoscenza, l'automazione – non ha effetti egualmente distribuiti sul mercato del lavoro. Tende piuttosto a penalizzare alcuni lavoratori, e precisamente quelli più facilmente soggetti a processi di sostituzione, sarebbe a dire – come abbiamo detto – quelli che lavorano adoperando capacità ripetitive e più facilmente codificabili. Saranno invece relativamente premiati quei lavoratori che hanno capacità astratte (matematici, ingegneri informatici) e capacità non ripetitive (couturier, cuoco e barbieri prima menzionati). In buona sostanza, l'universo digitale tende a sostituire più facilmente tutto ciò che è routine. È in effetti da parte dei lavoratori dei settori ripetitivi e sostituibili che proviene la protesta che mette in discussione la democrazia e favorisce il populismo

Tutto ciò ha un ulteriore interesse peculiare, che per la verità trascende il contenuto di questo articolo. Se ci si pensa, i due tipi di lavoro non facilmente sostituibili – quelli astratti e creativi da una parte e quelli che richiedono manualità rare dall'altra – sono proprio quelli che Paesi emergenti non possono fornire a basso costo in dumping (non posso sostituire facilmente Harvard e non posso radermi in Vietnam). Per cui, la caratteristica della non sostituibilità per così dire a casa è in qualche modo generalizzabile anche alla tutela nel mercato del lavoro sul fronte globalizzazione. Cioè sull'altro tema che impatta con forza con populismo e anti-democrazia. Questo argomento, interessante che sia, come si diceva supera i limiti di questo articolo che riguarda i pericoli per la democrazia connessi all'universo digitale.

Un aspetto che invece concerne direttamente la protesta politica legata al cambiamento tecnologico è quello concernente la natura esogena o endogena del cambiamento tecnologico stesso. Anche qui semplificando all'estremo, si può dire che nel mondo dell'economia classica il cambiamento tecnologico è considerato alla stregua di una variabile esogena, cioè del tutto indipendente dalle vicende istituzionali. Dipenderebbe in sostanza esclusivamente o quasi dal progresso scientifico ritenuto autonomo dal sistema nel suo complesso. Negli ultimi anni, invece, diversi economisti – tra cui Roemer, Rodrik e Acemoglu – si sono pronunciati a favore della tesi che il cambiamento tecnologico sia una variabile endogena. In altre parole, ciò vuol dire che esso sarebbe fortemente influenzato dalle scelte istituzionali. Dato quanto prima detto, una opzione del genere non è di certo irrilevante: se – come suggerito – il cambiamento tecnologico apporta vantaggi e svantaggi differenziati a diverse categorie di lavoratori e se il cambiamento tecnologico è in parte significativa dovuto a scelte istituzionali, allora il sistema politico-istituzionale non è “innocente” rispetto alla protesta che gli effetti del cambiamento tecnologico possono generare da parte di chi ne è stato svantaggiato. In pratica, la visione neoclassica ritiene l'intervento pubblico abbastanza irrilevante nei confronti delle conseguenze del cambiamento tecnologico, mentre la tesi favorevole alla natura endogena del cambiamento tecnologico ritiene che le policy governative a cominciare dagli investimenti in capitale umano (per esempio a favore della ricerca di base pubblica) siano decisive. In questo secondo caso, il progresso tecnologico non accade sic et simpliciter, ma viene aiutato da scelte istituzionali appropriate.

Nella prospettiva della filosofia politica questo punto ha un rilievo decisivo. Abbiamo sottolineato che il progresso tecnologico, l'automazione, la digitalizzazione hanno conseguenze nel mercato del lavoro. Ci sono vincenti e perdenti. Se si osservano le curve sul reddito degli Stati Uniti negli ultimi 20 anni – ma in genere quelle del mondo Occidentale – si può notare che la forma delle curve medesime è tale da premiare pochi ricchi e punire moltissimi che fanno parte delle classi medie e povere (è per questo che all'inizio abbiamo paragonato le conseguenze economiche del mondo digitalizzato a uno star system). Ciò non è soltanto ingiusto nell'ottica di una teoria della giustizia liberal e social-democratica e agli occhi dell'etica pubblica su cui ci siamo soffermati nella Premessa (per cui v. il nostro *Politica*, le Monnier, 2019). Ma è estremamente pericoloso per la democrazia. Da sempre, infatti, la solidità di una democrazia dipende dalla stabilità della classe media. Inoltre, la maggioranza dei perdenti in questa situazione si coalizza e lancia la sfida populista contro le élite colpevoli di averla abbandonata al suo destino di miseria e di poca speranza.

3. *Web e democrazia: manipolazione delle preferenze?*

Tutto ciò crea crisi di legittimazione perdita di autorevolezza, mancanza di fiducia nelle istituzioni democratiche.

Ci sono molti modi e diversi per dare maggiore peso all'opinione pubblica allo scopo di recuperare la legittimazione perduta dai sistemi democratici. Uno di questi è quello basato sulla democrazia digitale. È lecito infatti pensare che il mutamento di struttura produttiva, di modi di pensare, di relazioni interpersonali, e in sostanza di ontologia, causato dalla digitalizzazione progressiva del mondo, possa avere anche conseguenze politiche. E, sotto questa assunzione, sembra utile domandarsi se tali conseguenze politiche sarebbero in grado di fornire proprio quella nuova legittimazione di cui sistemi democratici hanno bisogno.

Strumenti comunicativi diversi tra loro – dalle semplici e-mail e *mailing lists* al sistema Wiki, dai *social networks* ai siti qualificati e ai blog, dalle app interattive alle operazioni dei nuovi *Makers* e così via – creano un cambiamento profondo della sfera pubblica. In sostanza, si crea una nuova piattaforma discorsiva che permette di relazionarsi inter-personalmente senza ricorrere alle grandi organizzazioni mediatiche.

I vantaggi democratici della digitalizzazione in politica sono legati alla riduzione dei costi necessari per avere diritto di voce nel sistema politico. Se consideriamo l'effetto mediatico-politico della TV – e in Paesi come l'Italia di Berlusconi come si fa a non tenerlo presente? – l'architettura di sistema cambia da un modello costituito da un grande *hub* centrale che raggiunge molti milioni di utenti periferici unilateralmente a quello in cui un'architettura flessibile vede operare un insieme puntiforme di soggetti produttori di informazione. Questo comporta una sostanziale diminuzione dei costi intesi come barriere di ingresso nel sistema della comunicazione pubblica. Il mutamento però non è solo quantitativo, ma anche qualitativo. Il cittadino diventa protagonista della sfera pubblica con la possibilità di avere voce in essa e il diritto-dovere di assumersi responsabilità.

Ci sono comunque numerose e note obiezioni a una visione come questa. E va detto che, in generale, nel tempo, all'ottimismo tecnologico dei primi anni si è gradualmente sostituito il sospetto. Una prima obiezione dice che alla fine dei giochi il potere economico controllerà ancora il sistema della comunicazione pubblica sia pure in maniera diversa. In altre parole, passeremmo da Berlusconi a Google, Facebook e Apple. Una seconda sostiene che l'eccessiva dispersione crea effetti perversi di incomprensione e confusione (la Babele democratica). La terza (Cass Sunstein) dice che un sistema di parlanti individuali

impegnati politicamente genera polarizzazione (le cosiddette *echochambers*). La quarta insiste sul cosiddetto *digital divide*: senza diffusione universale queste forme di comunicazione riproducono e anzi rafforzano differenza tra classi e generazioni.

A nostro avviso, il rischio più grave connesso alla politica digitale è comunque quello legato alla possibilità di una sistematica manipolazione delle preferenze del cittadino-elettore. La manipolazione delle preferenze, che è implicita nella propaganda economica e aziendale, sembra però assai meno accettabile nell'universo della politica democratica. Il metodo democratico è basato sulle preferenze dei cittadini e se cominciamo a pensare che una distorsione sistematica di queste sia normale, allora rischiamo di perdere il senso della procedura democratica stessa.

Il modo tipico in cui si manipolano le preferenze politiche nel mondo digitale è costituito dal *micro-targeting*. Il *micro-targeting* digitale politico è un metodo importato dalla pubblicità economica in rete per cui le campagne politiche sempre più mettono insieme ricerca sui dati del votante con messaggi politici personalizzati che mirano a rafforzarne i pregiudizi. In sintesi, il *micro-targeting* digitale politico può progressivamente:

- i) identificare i votanti vulnerabili da convincere;
- ii) indirizzare loro un messaggio specifico;
- iii) manipolarne progressivamente le preferenze.

Un'indagine del *New York Times* e del *Guardian* ha rivelato che Cambridge Analytica, una discussa società di analisi politiche, ha avuto un'influenza notevole sia nella campagna elettorale di Trump sia nel Referendum sulla Brexit. Per riuscirci, Cambridge Analytica ha ottenuto e utilizzato strategicamente dati personali di oltre 50 milioni di utenti di Facebook. In sostanza, sarebbe stato trovato un algoritmo capace di raggiungere i cittadini – imitando la pubblicità commerciale – con messaggi in grado di produrre significativi effetti di natura politica, per esempio suscitando paura, rinforzando pregiudizi e polarizzando le opinioni (va detto che sulla validità teorica, matematica e statistica, di questo modello si possono nutrire dubbi).

La premessa è che ogni volta che andiamo in rete siamo tracciati e si raccolgono informazioni su di noi. Esiste un'industria da miliardi di dollari nella quale queste informazioni sono merce di scambio. Le informazioni che si raccolgono possono, potenzialmente, creare un profilo completo dal nome all'indirizzo, dalle preferenze politiche a quelle sessuali, dalla capacità di acquisto alle marche preferite. Un fatto del genere non è solo un'invasione della sfera protetta delle persone poiché implica un cambiamento radicale delle relazioni

umane. E, potenzialmente, una immensa capacità di controllo nelle mani di governi autoritari, o comunque nelle mani di organizzazioni economiche prive di accountability democratica. Così che il sogno di avvicinare attraverso lo strumento digitale il cittadino alla politica ridando legittimazione alla democrazia, rischia di trasformarsi nell'incubo di un Grande Fratello che sa tutto di noi e può condizionare le nostre vite come mai prima è accaduto. Ciò in maniera ancora più distopica della dittatura dei sapienti immaginata da Platone. Una dittatura, in altre parole, di chi ci sorveglia e ci controlla.

4. *Etica pubblica e diritto*

Ma l'etica pubblica non riguarda solo la politica in quanto tale. Riguarda in generale l'interazione umana moralmente significativa. In che senso l'universo digitale, l'IA di cui stiamo parlando, la influenza?

Una prima idea consiste nel tentativo di razionalizzare e rendere più giusto il rapporto tra i grandi network dell'era digitale e i loro utenti. È chiaro che quando – come nel caso di Google o Facebook – un utente ha gratuitamente a sua disposizione una rete di servizi utile e in alcuni casi addirittura indispensabile, l'utente stesso deve offrire qualcosa in cambio alla ditta che gli consente tutto ciò. È ancora abbastanza chiaro che questo qualcosa consiste di solito nell'informazione riguardante l'utente stesso. Uno scopo eticamente ambizioso, in questa prospettiva, consiste nel rendere trasparente e regolato questo tipo di impegno. Ciò presuppone una distinzione all'interno dell'insieme degli utenti (chi contribuisce al network, in che misura, con quale ricaduta in termini di interesse generale, etc.), e la consapevolezza da parte di tutti gli utenti di quello che stanno facendo e dei diritti che cedono in cambio dei vantaggi di cui usufruiscono. Questa è la parte di indagine più strettamente connessa con la ricerca giuridica, e indica come esito pratico la possibilità di contrattualizzazione progressiva e multilivello nell'ambito dell'universo degli stakeholder. Questa scelta strategica dipende dal fatto che le due opzioni alternative tradizionali non sono soddisfacenti. Tali opzioni propongono o una difesa assolutistica dei diritti individuali dell'utente ai propri dati oppure al contrario una policy di *laissez faire* tendente a favorire l'uso libero dei dati da parte dell'impresa. Non è difficile sostenere che la prima opzione è paralizzante e la seconda non garantisce a sufficienza l'utente. Di qui la necessità di una terza opzione, che consiste nel contrattualizzare gli utenti attivi e in genere i fornitori di dati e appare come un primo passo indispensabile per congiungere equità (nella tutela dell'utente) ed efficienza (dal punto di vista dell'impresa).

Se così il primo aspetto di questa linea di ricerca è giuridico, ciò non toglie che il legame con l'etica pubblica sia qui chiaro e forte. Questioni di giustizia distributiva sono a monte dell'indagine e questioni di business ethics e riguardanti il consenso informato si collocano a valle della medesima. Un ideale di giustizia distributiva è quello che prevede un equilibrio tra le pretese di equità e quelle di efficienza nella prospettiva generale della tutela degli interessi del contraente più debole. La pratica del consenso informato – che dalla bioetica medica viene adottata in business ethics – fornisce uno strumento necessario per conciliare fini sociali rilevanti con la legittimazione sociale che in liberal-democrazia dipende dal consenso individuale. In questo modo, le virtù deliberative della cittadinanza democratica si fondono con l'ideal-tipo della “sovranità del consumatore” che caratterizza il mercato concorrenziale.

Le preoccupazioni giuridiche e sostanziali che concernono il rapporto complesso utente-provider di servizi devono essere poi gradualmente inserite nell'architettura del sistema informatico che si ha in mente. A nostro avviso, un tale obiettivo potrebbe essere perseguito attraverso la costituzione di nuove identità via un Identity Provider.

Quanto detto sul punto precedente può servire come introduzione per la seconda linea di ricerca, che riguarda l'idea di privacy e i suoi presupposti. Si è detto che chi usufruisce di un servizio gratuito – come quelli offerti dai grandi network digitali – “vende” anche automaticamente l'informazione su sé stesso. Ma che tipo di diritto abbiamo noi sull'informazione riguardante noi stessi? E in che limiti è lecito appropriarsene? Direi che la risposta a questo tipo di domande fa perno su due assi, di cui uno negativo e l'altro positivo. Dal primo punto di vista, è evidente che esiste un diritto alla privacy, comunque lo si voglia definire, e che non tutto quello che “mi” riguarda può essere oggetto di full disclosure. I limiti che la privacy impone sono poi l'altra faccia di una sorta di diritto di credito – e qui entriamo nel merito del secondo asse, quello positivo – che l'utente, la cui informazione viene sistematicamente sfruttata, può accampare. Una conclusione del genere – ammesso che sia accettata – apre un immenso problema di natura filosofica con risvolti pratici tutt'altro che irrilevanti. In che senso si può considerare il soggetto-utente titolare di diritti di proprietà su sé stesso e l'informazione che lo riguarda? L'idea di un diritto di self-ownership assoluta su sé stessi, l'informazione che ci riguarda, il patrimonio genetico che ci caratterizza, è altamente discutibile. In termini generali, non è chiaro come una concezione quasi giusnaturalistica del diritto di proprietà possa essere applicata a una materia così insolita. Qui è l'indagine filosofica che dà la stura a quella giuridica, imponendo una rivisitazione della proprietà non più concepita come diritto reale classico, ma piuttosto come frutto di un'obbliga-

zione che la società impone ai suoi membri per ragioni istituzionali. L'impegno generale "né diritti individuali assoluti dell'utente, né laissez faire del mercato oligopolistico", appare coerente con queste premesse. Le conseguenze di tutto ciò, ancora una volta, influenzano l'architettura di sistema da noi prevista come si evince dalla dialettica tra l'Identity Provider e le imprese di settore.

5. Aspetti epistemologici e morali

L'impiego sistematico dei Big Data sta cambiando il senso dell'innovazione sociale. Le informazioni in materia non servono più solo per orientare il prodotto in coerenza con i gusti e i valori dei consumatori ma anche per concepire il prodotto stesso. In sostanza, l'uso dei Big Data trascende il marketing abituale e rientra a pieno nell'orizzonte della creatività imprenditoriale, sociale, artistica. Come molti e clamorosi esempi mostrano, l'innovazione spesso e volentieri non prende più le mosse da un'idea originale e controcorrente. Sfrutta piuttosto dati statistici che esprimono le preferenze dei consumatori. In sostanza, si cerca di dare al pubblico ciò che si ritiene piaccia al pubblico come ricavato dall'informazione sui Big Data. Un'eventualità del genere presenta problemi di natura epistemologica ed etico-politica.

Dal punto di vista epistemologico, un processo come quello cui si è accennato in materia di Big Data genera perplessità notevoli. Meccanismi classici di rilevazione delle preferenze bottom up, come il mercato e il voto, svolgono una funzione di controllo di proposte generate top down. Per dirla con il linguaggio di Karl Popper, i meccanismi di controllo dal basso fungono da potenziali "confutazioni" di "congetture" altrimenti elaborate. La congettura ideale – il motore della creatività sociale, in altre parole – è in questo modo indipendente dalle preferenze del pubblico, e proprio per questo tali preferenze sono in grado di "falsificare" la congettura ideale stessa. In questo modello classico, l'indipendenza del momento creativo rispetto a quello di controllo è fondamentale. Se, invece – come sembra avvenire – gusti e valori degli utenti sono testati prima di creare il prodotto, allora l'indipendenza del momento creativo finisce per essere compromessa.

Assumendo la plausibilità di un'idea del genere, c'è naturalmente la questione pratica di come una proposta in termini di etica pubblica possa essere utile nell'affrontare un problema di natura tanto generale. L'idea di fondo in proposito consiste nella capacità della nostra proposta di offrire un empowerment dell'utente. Il processo di contrattualizzazione sistematica e la creazione di interfaccia ad hoc nell'architettura di sistema dovrebbero riuscire a creare

nuove competenze diffuse. Questo fatto renderebbe la delega di parte del processo creativo al pubblico meno arbitraria ed epistemologicamente più affidabile. Va da sé che su questo aspetto della vicenda non si può andare oltre la formulazione di ipotesi più o meno audaci e credibili.

Per concludere: l'impressione è che il progresso tecnologico digitato nell'età della IA consenta un'invasione progressiva dell'intimità e dell'emotività degli utenti. La consapevolezza etica di questo problema e il tentativo di empowerment progressivo dell'utente non sono che l'inizio di un processo di tutela dell'umano.

Dal punto di vista morale, l'etica pubblica presuppone un concetto di valore, che a sua volta dipende da una teoria filosofica. In questa sede, basta dire che la nostra teoria filosofica del valore si rifà, come è normale per le teorie di questo genere, a una tradizione specifica. La tradizione filosofica cui la mia teoria del valore si rifà è quella che concepisce il valore come unità organica. È una tradizione che ha un illustre pedigree che volendo si può far risalire a Aristotele, Confucio, Al Fahrabi, o più recentemente a Kant, Hegel, Aurobindo e infine a G.E. Moore e Robert Nozick.

Non è facile dire con chiarezza che cosa vuol dire che il valore consista nel perseguimento dell'unità organica. In primo luogo, concepire il valore come unità organica vuol dire concepire l'esistenza di modi in cui la diversità viene ricomposta sotto un'unità specifica che è capace di donare a tutto l'insieme un valore che supera quello delle sue parti isolatamente prese e sommate. Insomma, la teoria del valore come unità organica sostiene che si realizza un surplus di valore quando – in forme da definire – il valore del tutto supera quello delle singole parti che pure costituiscono il tutto. Questo in linea di massima vuol dire che la combinazione delle parti in un tutto aggiunge valore alla loro semplice somma. Non è difficile immaginare il valore in questi termini: una coppia di innamorati, una squadra di calcio, un'orchestra musicale, una teoria fisica come le relatività generale, esemplificano ovviamente in maniera diversa il valore come unità organica.

La comparazione di forme diverse di unità organica deve assumere un contesto in cui abbia senso. Non ci vuole molto a capire che la Divina Commedia possiede molta unità organica perché tratta un vastissimo campo d'azione in maniera poeticamente molto profonda. Non è sicuramente intelligente, ma può risultare efficace, dire che, se si costruisse un rettangolo dell'unità organica aventi per lati da un lato la vastità della materia trattata e dall'altro quello della densità poetica, la Divina Commedia corrisponderebbe a un rettangolo di dimensioni assai cospicue. Pur nella loro relativa futilità, ragionamenti del genere danno un'idea intuitiva di ciò che costituisce unità organica al massimo grado.

Non è facile dire in che modo l'idea di valore come unità organica impatta sulle conseguenze del digitale in una società come quella in cui viviamo. Cercherò di cavarmela con un esempio tratto dalla realtà italiana contemporanea.

C'è poco dubbio che le Sardine siano l'ultima manifestazione significativa del politico nel nostro Paese. Si sono espresse con chiarezza, indicando i loro obiettivi, e hanno avuto una indubbia efficacia. Qual è la loro caratteristica più evidente? A mio avviso, quella di essere raduni di corpi. Raduni di corpi numerosi, gli uni attaccati agli altri (così immaginiamo le sardine, quelle vere). Qualcosa di simile a uno sciame. Quello che c'è sempre stato quando c'erano gli scioperi di massa, le veglie all'università, le proteste rivoluzionarie o pseudo, le occupazioni di spazi pubblici, i raduni vagamente sediziosi o presunti tali. In sostanza, corpi che si ammassano. Corpi con una visibilissima e materialissima forza deittica. Azione di protesta incarnata di massa, nel senso di non individuale.

E allora? Dirà qualcuno. Ti sarà mica venuta la nostalgia dei vecchi tempi? No, il punto non è questo (almeno credo). Il punto è che ai vecchi tempi non c'era internet e non c'erano i telefoni cellulari. Non si parlava di Big Data. Non c'erano i guru dei media digitali. Non si pensava che tutta la vita, economica, politica e financo sentimentale si svolgesse online. Al contrario di oggi. Per cui, se ci pensate è quanto meno strano che nel nostro Paese l'ultima significativa manifestazione del politico, come l'ho chiamata, – sarebbe a dire quella delle sunnominate Sardine – sia stata animata non dai soliti tweet e instagram ma da un rassemblement pacifico di corpi uno vicino all'altro. E guardate bene, mica siamo i soli. Tanto per andare a caso, la questione riguarda Black Lives Matter, Occupy Wall Street, il Movimento Indipendentista Catalano. E forse tutto è cominciato da Tahrir Square al Cairo. Insomma, i corpi non sono dispensabili se vuoi fare politica. Servono.

Può essere vero. Ma che c'entra con la filosofia? Con la filosofia c'è un legame diretto e semplice (si fa per dire). In quanto, la filosofia Occidentale da Platone a Kant, passando per Cartesio, ha sempre fatto una certa fatica a rendere conto del valore del corpo, privilegiando la mente. Questo perlomeno fino alle abbastanza recenti revisioni dovute al femminismo e alla biopolitica. Ma ancora una volta, tutto ciò non c'entra con l'età del web. La via però può essere un'altra. Si può fare ricorso a una sorta di teoria della somma costante. Il che in parole povere vorrebbe dire che quanto più si ricorre all'astrazione e all'automazione tanto più energie materiali e biologiche diventano indispensabili. Anche in politica. E proprio perciò quanto più viviamo di immateriale nell'età del datismo imperante tanto più il sudore dei corpi accalcati rende il politico autentico. Ed efficace.

L'etica come unità organica implica che i corpi tradizionalmente intesi e le nuove tecnologie digitali si integrano e non si escludono a vicenda. Si completano per così dire. Perché, facendo il verso ad Aristotele, l'uomo è animale sociale, ed è normale che al nitore del web associ l'afrore dei corpi accalcati nello spazio della politica. Ma è proprio questa congiunzione di diversità sotto l'ombrello del politico che conferisce unità organica. E quindi valore.

6. *Una modesta proposta*

La conclusione serve a rendere esplicito qual è l'orizzonte culturale, etico e politico entro cui si muove questo articolo. In un'epoca caratterizzata da quello che molti chiamano "datismo", cioè dal prevalere diffuso dei Big Data e del loro utilizzo, l'etica pubblica predilige l'aspetto critico del fenomeno con l'intenzione non certo da poco di contribuire a creare nell'universo dei social network un nuovo rapporto che sia davvero virtuoso e paritetico tra utenti e piattaforme.

I teorici che abbiamo in mente – quali tra gli altri Jaron Lanier, Alex Pentland, Yochay Benkler, Tubor Scholz, Ernst Hafen – hanno idee e visioni diverse tra loro, ma condividono un punto fermo: esiste ed è fondamentale un valore morale, politico e sociale dei dati. Questi ultimi acquistano maggiore valore sociale se condivisi in forma aperta e trattati con metodo democratico. Questa premessa genera un evidente problema alla luce del momento attuale della web economy, che – come sappiamo – è dominata da una sorta di oligarchia capitalistica. Se, in altre parole, i dati personali sono il nuovo petrolio nell'ambito della ricchezza del pianeta, le imprese capitalistiche che li controllano – i vari Google, Facebook e via di seguito – esercitano sistematicamente un'estrazione di valore dai dati stessi a scopo di profitto. Ma tale estrazione è anche un esproprio ingiusto e non coerente con i principi che governano l'economia, a cominciare dalla sovranità del consumatore, e la politica democratica, basata sulla centralità del cittadino elettore. Non solo, ma la mancata partecipazione attiva di cittadini-consumatori implica – se i teorici che abbiamo citato hanno ragione – un impoverimento del capitale digitale globale.

Ma, si dirà, è impossibile che un'idea sia pure generosa e fertile abbia successo contro la forza del capitalismo delle multinazionali digitali. Osservazione realistica quest'ultima, e non priva di senso. Tuttavia, non mancano esempi di reti fiduciarie in cui i dati personali sono trattati in maniera aperta e democratica. Esistono e hanno anche un certo successo. Tra queste, Loomio, uno spazio digitale condiviso, creato sull'effetto di Occupy Wall Street, la cooperativa

di fotografi Stocky, quella di scrittori e giornalisti Media Members Ltd, e quella di musicisti Resonate. Ma non di sola cultura parliamo, perché cooperative digitali di successo ci sono anche nel campo del commercio come Fairmondo e dell'agricoltura come Gisc. In tutti questi casi, un ethos basato sulla democrazia economica è all'opera, dimostrandosi in grado di garantire un equilibrio di efficienza ed equità ragguardevole.

Ma Ethos ha contribuito a questo tentativo di mutualizzare il digitale, impegnando lega Coop nel progetto "Cooperative Commons", un progetto costruito intorno a tre linee di ricerca:

- i) La prima linea di ricerca corrisponde al progetto di questo libro e consiste nel tentativo di razionalizzare e rendere più giusto il rapporto tra i grandi network dell'era digitale e i loro utenti.
- ii) Quanto detto sul punto precedente può servire come introduzione per la seconda linea di ricerca, che riguarda l'idea di privacy e i suoi presupposti. Si è detto che chi usufruisce di un servizio gratuito – come quelli offerti dai grandi network digitali – "vende" anche automaticamente l'informazione su se stesso. Ma che tipo di diritto abbiamo noi sull'informazione riguardante noi stessi?
- iii) La terza linea di indagine riguarda più direttamente la storia del movimento cooperativo e il suo ruolo fondamentale nella realizzazione graduale degli obiettivi di Cooperative Commons.

L'aspetto forse più interessante di operazioni come Cooperative Commons è comunque quello di porre all'attenzione generale il fatto che il tradizionale spirito cooperativo non è solo un sia pure illustre reperto del passato, ma al contrario può essere utile oggi per creare una mutualità digitale competitiva con le piattaforme digitali capitalistiche. Il principio cooperativo è infatti in grado di fornire una rappresentanza olistica degli interessi che metta tutti i cittadini utenti sullo stesso piano, rendendoli – oltre che utenti – anche proprietari e in senso alto manager del capitale digitale. Naturalmente, ipotizzare un futuro digitale cooperativo sa molto di utopia e di wishful thinking. Questo aureo libretto però ci convince che l'alienazione capitalistica dei nostri dati personali rappresenta un danno collettivo e che esiste almeno un modello alternativo – quello cooperativo, per l'appunto – da cui si può partire per pensare a un futuro digitale meno feudale, più aperto e democratico.

Mauro Calise

Perché la sinistra non sa giocare al digitale

Visto che il tempo stringe – se tutto andasse benissimo, si rivoterebbe comunque tra tre anni – proviamo a prendere di petto il problema che è stato, nell’ultimo ventennio, la palla letale al piede della sinistra nella sua lotta per il potere: l’incapacità di capire e gestire l’ecosistema digitale.

Analisi su come giri il mondo, quasi tutto a forza di bit, ce ne sono ormai a bizzeffe. E la vita quotidiana – anche quella dei sinistri più incalliti – ha inverato la profezia di McLuhan, che siamo, ci piaccia o meno, diventati la nostra protesi elettronica. Dopo il golpe di Cambridge Analytica che ha sfilato la Gran Bretagna dall’Europa, il Russiagate sulle mail della Clinton che ha spianato a Trump quattro (più quattro?) anni di regime tweettocratico, e dopo che il laboratorio italiano ha sfornato due macchine da guerra – poco gioiose ma molto efficienti – quella cybercratica del duo Grillo-Casaleggio e quella bestiale – parole sue – di Salvini, ci si sarebbe potuti aspettare che a sinistra fosse tutto un fervido fiorire di riflessioni e controffensive. Invece, zero. L’argomento resta, con qualche innocua eccezione, un tabù. Come si spiega? E c’è qualche speranza di tirarsi fuori da questo cul-de-sac? Ci sono due ragioni principali, due inibizioni delle quali non ci libereremo facilmente. Ma mettendole in chiaro si può provare anche a capire che ci sarebbe una via – anzi, un’autostrada – di uscita.

Il secolare ritardo culturale

Sono almeno una trentina d’anni che la sinistra – di ogni ordine e disordine – ha smesso di pensare il futuro. Nel ventunesimo secolo, ancora non riusciamo a entrare. Fioccano le diagnosi che mettono sul banco degli imputati il passato, prendendosela con l’obsolescenza del repertorio ideologico (cito, per tutti, la magistrale autocritica di Zielonska sulle illusioni del liberalismo). E comunque continuando a ruotare intorno alle categorie che hanno fatto – ieri – le fortune della sinistra e – oggi – il suo autodafé (su tutte, quella di popolo, l’arca perduta alla cui ricerca si rivolgono armate di intellettuali e politici, uniti dalla nobile missione di liberarlo dal populismo). Nei rari testi che prendono di petto la

questione, riconoscendo la centralità del digitale nelle sorti globalizzate del mondo, l'output più gradito risultano le analisi monumentali e apocalittiche (vedi alla voce *Surveillance Capitalism* di Zuboff), che si possono citare e assecondare senza l'onere della lettura. L'importante è riuscire ad evitare il cortocircuito capace – dal '17 del secolo scorso – di innescare un comportamento pratico – e, soprattutto, organizzativo – a partire da una riflessione teorica. Senza aspettare che un novello Marx scrivesse – in italiano – *Il Digitale*, sarebbe bastato che *The Game*, diventasse il libretto rosso di ogni circolo – e circuito – di sinistra, dai meet-up delle sardine alle leopoldine di Renzi. Ma il pamphlet più documentato – e meglio scritto – su come siamo diventati quel che siamo, è finito nelle spire autoassolutorie del genere letterario preferito della sinistra – il *dibattito* – e in politica se ne sono perse le tracce.

Eppure, il libro di Baricco conteneva un'idea-guida di esemplare semplicità, che poteva fare da grimaldello a una assimilazione ideologica. Diventando, cioè, un messaggio di facile comprensione e diffusione, che resta l'ingrediente indispensabile per propagare ogni nuovo vangelo. L'idea è che le origini della rivoluzione digitale sono di stampo marcusiano. Nel rifiuto dei figli dei fiori – cresciuti come ingegneri elettronici – di subire i codici politici gerarchici del vecchio mondo. E nella loro scelta visionaria di inventarne di nuovi – ciberneticici – capaci di moltiplicare ad infinitum le potenzialità di pensiero – e di azione – di ogni individuo. Questo catalizzatore – al tempo stesso politico, culturale e tecnico – diventa la miscela esplosiva che trasforma le geniali intuizioni di alcuni precursori nel virus incontrollabile della infosfera.

Come tutti i grandi cambiamenti, anche la rivoluzione digitale aveva avuto una lenta e quasi sotterranea evoluzione. Risale al 1932 la prima formulazione di *As we may think*, il testo di Vannevar Bush che – pubblicato nel 1945 su *Atlantic Monthly* – presenta per la prima volta al pubblico l'idea del *Memex* “un dispositivo in cui un individuo memorizza tutti i suoi libri, documenti e comunicazioni, e che è meccanizzato in modo che può essere consultato con estrema rapidità e flessibilità. È un'estensione personale della sua memoria”¹. Bush aveva ipotizzato che questa macchina funzionasse sulla base delle tecnologie d'avanguardia della micrografia, per poi svilupparsi con le successive innovazioni dell'elettronica digitale. È difficile sopravvalutare l'influenza che questo testo ha continuato ad avere – come “immagine di potenzialità”² – su mi-

¹ V. Bush, *As We May Think*, in *The Atlantic Monthly*, 176, 1, 1945, pp. 101-108, p. 106.

² L.C. Smith, *Il Memex rivisitato come immagine di potenzialità*, in J. Nye and P. Kahn, eds., *Da Memex a hypertext: Vannevar Bush e la macchina della mente*, Padova, Muzio, 1992.

gliaia di programmatori impegnati a rifondare il funzionamento dello scibile umano a partire da un uso alternativo dell'elettronica e del silicio. Tra tutti, emerge il ruolo di vero e proprio evangelizzatore svolto da Stewart Brand.

Meno noto al grande pubblico, ma un'icona tra gli addetti ai lavori, Brand è riconosciuto oggi soprattutto per essere stato lui l'autore della celeberrima frase "*Stay hungry, stay foolish*" con cui Steve Jobs chiuse il suo mitico *inspirational speech* alla Stanford University il 12 giugno del 2005. Quelle parole venivano da un libro di Brand, il Catalogo generale della Terra³, che, sempre nelle parole di Jobs, "era stato la Bibbia della mia generazione, e una specie di Google 35 anni prima di Google". Allievo di Douglas Engelbart – uno dei più prolifici inventori dell'epoca cui vengono attribuiti, tra l'altro, il primo mouse per computer e la prima teleconferenza – Brand coniò nel 1974 il termine personal computer, in un'epoca in cui quelli esistenti erano ancora macchine ingombranti. Legandone la diffusione a un "processo di liberazione e di rivolta collettiva e (...) leggendo nel cyberspazio una sorta di terra promessa"⁴.

Se Brand viene additato come emblema di quella «controcultura californiana» che fa da lievito a molti dei progressi più importanti del cyberspazio quale oggi lo conosciamo, la palma di visionario *ante litteram* spetta a Marshall McLuhan. Bush e Brand avevano aperto la strada – e le menti – alle straordinarie potenzialità di elaborazione che un calcolatore a misura d'uomo avrebbe potuto sviluppare, compresa la possibilità di integrare in un unico dispositivo fonti eterogenee come testi, suoni, immagini di vario tipo. McLuhan spalanca una nuova galassia mettendo il nuovo elaboratore al centro di una rete di comunicazione praticamente infinita. A più di mezzo secolo dal celebre motto cui deve la sua notorietà oltre i confini disciplinari, cominciamo finalmente a capire la portata di quella profezia. «The media is the message», il mezzo che diventa messaggio è il capovolgimento del senso comune sul quale era stato saldamente impiantato il sistema di relazioni – e di dominio – in auge fino a metà del Novecento. Fondato su due postulati: il controllo oligopolistico dei contenuti e quello, ancora più elitario, dei mezzi con cui venivano propagati.

McLuhan intuisce che l'evoluzione della società di massa comporta una esplosione incontrollabile dei canali di comunicazione. Con l'avvento del nuovo ecosistema delle comunicazioni di massa basate sulla velocità dei canali di trasmissione elettrici, il primato passa dai contenuti ai mezzi con cui vengono gestiti, marchiati, identificati. Ma al centro della nuova infosfera resta – anzi, si

³ S. Brand, *The Whole Earth Catalogue*, Menlo Park, California, 1968.

⁴ A. Baricco, *The Game*, Torino, Einaudi, pp. 105-106.

rafforza – il ruolo dell’individuo. “Il prossimo medium diventa un’estensione della coscienza, che consente di recuperare la funzione enciclopedica dell’individuo” e ne amplifica il potenziale di intervento: “La velocità elettrica, facendo convergere tutte le funzioni sociali e politiche in una improvvisa implosione, ha acuito il senso umano di responsabilità”⁵. Col risultato – inquietante ed esaltante – che “nell’età elettrica, indossiamo tutta l’umanità sulla nostra pelle”⁶.

Lascio agli storici delle idee – e ideologie – il compito di spiegare perché un impianto culturale così rivoluzionario non sia potuto venire assorbito nella vulgata con cui la sinistra – post-marxista e post-comunista – cercava di orientarsi – e orientare – nel mondo globalizzato del dopo-crollo. La spiegazione più elementare e banale – certo non esaustiva – consiste nella natura «sovrastrutturale» della sfera comunicativa. E nella resistenza genetica dell’establishment centrosinistrorso – nei partiti come nei sindacati – ad accettare una chiave di lettura che riconosceva nei media un meccanismo – e un potere – autonomo di condizionamento sociale. L’ostracismo della sinistra verso internet non era diverso da quello che aveva nutrito, con pervicacia, verso la Tv. A – ben magra – consolazione, si può dire che la sconfitta bruciante subita ad opera di Grillo e di Salvini discendeva dalla medesima sindrome di superiorità – e di impotenza – che aveva portato alla bruciante – e ripetuta – sconfitta contro Silvio Berlusconi. La convinzione che la comunicazione può essere perfino importante, ma ciò che conta – in prima e ultima istanza – è il contenuto. L’esatto contrario di quello che – cinquant’anni fa! – McLuhan aveva spiegato al mondo. E che il Web ha trasformato nella *platform society*⁷. La società governata dalle piattaforme tecnologiche che ci mettono in comunicazione totale.

Follow the Connectivity

Col che veniamo alla seconda ragione. Oltre che dal ritardo culturale, l’estraneità della sinistra al digitale nasce da una incapacità tecnologica. Ammesso

⁵ M. McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, New York, Signet Bo, 1964; trad. it. *Gli Strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 1967, p. 5.

⁶ D. de Kerckhove, *McLuhan’s Decalogue*, in *Journal of Visual Culture*, 13, 1, 2014, pp. 61-63. Sulla inedita responsabilizzazione dei cittadini posta dal web, che affida «per la prima volta nella storia del mondo l’assoluto nelle nostre mani», si veda M. Ferraris, *Mobilizzazione totale*, Roma-Bari, Laterza, 2015.

⁷ J. van Dijck, M. de Waal, T. Poell, *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, 2018.

che volesse farlo, la sinistra non sa come entrare in partita. Non sa imparare a guidare la nuova macchina digitale che collega le nostre vite.

Ci sono due modi di leggere le sorti magnifiche e progressive della sinistra nel Novecento. Dalla rivoluzione bolscevica – poi fallita ma all’inizio insignita di inarrivabili traguardi – a quella maoista – naufragata ma fragorosamente risorta sotto ben altre inopinate spoglie – fino al fulgido mezzosecolo socialdemocratico di benessere e consenso, a braccetto c’è la chiave di lettura ideologica – dal trionfalismo al catastrofismo – e quella organizzativistica – dal centralismo democratico all’oligarchia partitocratica fino al leaderismo autocratico. Io, per deformazione professionale, propendo per la seconda. La tradizione che, da Lenin a Michels fino agli studi di Peter Mair e – si parva licet – miei, vede la forza della politica di massa nella capacità di far marciare insieme dirigenti, simpatizzanti e militanti. E, se possibile, anche gli elettori. Certo, con un ruolo importante assegnato al cielo delle idee. Ma con la piena consapevolezza che senza una macchina per farle camminare le idee resterebbero – e restano – appannaggio degli intellettuali che per mestiere – volentieri – se ne nutrono.

La teoria della macchina al servizio del partito si è impantanata – senza, per la verità, che il partito se ne rendesse conto – nel momento in cui sono esplosi i social, e le loro piattaforme. La chiave per orientarsi in cambiamenti tanto repentini quanto radicali, che stravolgono i presupposti dell’azione individuale e collettiva, è il passaggio dalla *connectedness* alla *connectivity*⁸. Il passaggio dall’attore che fa la rete alle reti che fanno gli attori. Tra queste due parole, che differiscono di poche lettere, c’è infatti la distanza epocale di due diverse organizzazioni sociali.

Alla prima siamo abituati da secoli: la reputazione di un individuo passa attraverso il suo status e la sua rete di relazioni. Legami diretti di vario tipo – familiare, amicale, professionale – determinano il suo capitale sociale. L’espressione inglese *well-connected* ha il pregio di rimandare immediatamente alla sfera di influenza conquistata, per così dire, sul campo. Il modello organizzativo del partito si basa su questo tipo di legame. Si ha un bel dire – ed illudersi – che le aggregazioni sociali possano fungere da equivalente funzionale. Da Lenin in poi diventa chiaro che, con tutto il rispetto per lo spontaneismo operaio, la coscienza di classe prende forma solo quando le da forma il partito. Con la sua iniziativa top-down, e l’infrastruttura logistica, che per primo descriverà Ostrogoriski – molto prima dei partiti operai – e si svilupperà con Michels nelle rigide

⁸ J. Van Dijk, *The culture of Connectivity*, Oxford University Press, 2013.

maglie di ferro dell'oligarchia. Fino alla sistemazione piramidale di Duverger, che Panebianco integrerà con gli elementi di professionalità più moderna che, a partire dagli anni Settanta, si erano resi indispensabili. In questa chiave, il partito si afferma come una rete – la più ampia e coesa possibile – di un *well-connected* gruppo di individui.

Con l'infrastrutturazione *social* del mondo, il pilastro della *connectedness* viene sostituito dalle maglie infinite della *connectivity*. E dalle piattaforme informatiche che le gestiscono. Qui i collegamenti sociali diventano un'espressione numerica, possono riguardare anche soggetti che non si conoscono. Anzi, per la stragrande maggioranza, si connettono perfetti sconosciuti. E soprattutto non sono una risorsa che l'individuo può regolare in autonomia. Tra gli utenti connessi si interpone la macchina algoritmica, un sistema automatizzato che struttura e manipola le relazioni. E che mira all'aumento di scala del numero dei contatti. Chi ha il potere di definire caratteristiche e linee operative delle piattaforme plasma l'azione, l'identità e le interazioni tra i cittadini: "costruzione delle piattaforme e pratiche sociali sono mutualmente costitutive" (van Dijck 2013, p. 43). Ogni volta che un individuo partecipa alla realtà connettiva della rete passa attraverso il sistema centralizzato di elaborazione e distribuzione delle informazioni delle piattaforme. Sistemi di governo che permettono di condividere al fine di controllare, interagire, accumulare. Le piattaforme digitali diventano la nuova infrastruttura della vita collettiva.

Il passaggio alla connettività come principio organizzativo pone al partito politico una serie di sfide che ne compromettono la stessa sopravvivenza. La prima riguarda l'ambiente in cui questa trasformazione prende forma e, in tempi brevissimi, decolla. È l'ambiente aziendale delle start-up della Silicon Valley che, nel giro di un decennio, assurgono a multinazionali di proporzioni globali. La capitalizzazione delle *Big 5*, le corporation ICT che guidano il processo, ammonta a più del Pil della Germania, e a poco meno di quello del Giappone. La logica che le guida è il profitto, e la moltiplicazione quantica degli utenti ha il solo fine di massimizzare l'utile economico. Cosa hanno – e possono avere – in comune i partiti con questo tipo di organizzazioni? In che misura la *platform society* è inestricabilmente legata al mix tecnologico e aziendale che, come dal cervello di Minerva, le ha dato vita e la controlla? Ci sono e quali sono gli elementi che possono essere, invece, estrapolati, rifunzionalizzati e sviluppati al servizio di una diversa causa?

Sono interrogativi epocali, cui solo pochi partiti hanno cercato di cominciare a dare una risposta. E per lo più – comprensibilmente – si è trattato di partiti allo *statu nascenti*, in una fase embrionale di sviluppo, che cercavano di approfittare dell'inedito e inesplorato supporto informatico per innovare e pene-

trare il vecchio spazio politico. Gli antesignani sono stati i *Pirati*, primi a sperimentare dal vivo gioie e dolori della mobilitazione a mezzo web. Poi, con maggiore e più duraturo successo, arriva in Spagna *Podemos*. Ma è solo con i *Cinquestelle* dell'accoppiata Grillo-Casaleggio che l'idea del partito-piattaforma viene consapevolmente – e strategicamente – messa in opera per l'assalto al cielo del potere.

Oggi molti sembrano già pronti a decretare il fallimento di questa startup, le cui quotazioni di mercato – dopo una bolla speculativa – appaiono clamorosamente ridimensionate. Staremo a vedere gli sviluppi. Ma per l'analisi che stiamo affrontando, la parabola dei *Cinquestelle* mette in luce tutti gli snodi più rilevanti: dall'esplosione di partecipazione, ai sospetti di manipolazione, fino a quello che sembra essere il passaggio su cui l'esperimento – per usare la felice espressione del bel saggio di Iacoboni – si è inceppato. La primitiva e, a tutti gli effetti, fallimentare soluzione tecnologica con cui la leadership ha cercato di affrontare la complessità di funzioni e obiettivi di un partito passato in pochi mesi dalle piazze populiste ai ministeri della seconda potenza manifatturiera d'Europa.

Di fronte a questo strepitoso successo come al suo rapido ridimensionamento, la reazione della sinistra storica è rimasta salomonicamente quella di starsene comunque alla larga. Di non prendere in considerazione nessuno dei due piatti della bilancia, come se la questione – semplicemente – non la riguardasse. Anzi, prendendo a pretesto le sorti altalenanti di questa nuova forma organizzativa per esorcizzare il problema di se e come affrontare le sfide della società delle piattaforme. Meglio continuare a discettare – e dividersi al proprio interno – sulle sole piattaforme aggredibili col vecchio strumentario culturale, le piattaforme programmatiche. Per quelle telematiche, se ne parla – sempre – al prossimo giro.

Illuminismo digitale

Ritardo culturale e incapacità tecnologica si potrebbero – ottimisticamente – colmare. Ma solo scegliendo di imboccare quella che, fino a ieri, è stata la cruna dell'ago della crescita di una sinistra moderna, ed oggi potrebbe diventare un'autostrada a scorrimento veloce, e praticamente senza limiti. È l'autostrada, la *Digital Highway* dell'alta formazione di qualità, ad accesso libero.

Il nodo dell'istruzione pubblica è stato tra le questioni fondative dei moderni Stati nazionali, una battaglia prolungata e durissima per affermare i valori di universalismo ed eguaglianza che sono nel Dna della politica progressista.

Ma è diventato, oggi, la cenerentola – economica e ideologica – delle grandi questioni sociali, come se il futuro di un Paese non dipendesse innanzitutto da quanto – e come – si investe sulle proprie risorse umane. E con il rischio di lasciare libero il mercato di tracciare i trend di sviluppo, cui politica e formazione pubblica saranno poi costretti a uniformarsi. Gli sviluppi più recenti del web offrono un'occasione straordinaria per ribaltare l'amnesia della sinistra nei confronti della sfida educativa. Che sia, al tempo stesso, di massa e di qualità.

Nell'incrocio e nella contaminazione tra le esperienze più avanzate di ricerca e di didattica in rete con la sterminata infrastruttura social delle grandi piattaforme digitali è nato e tumultuosamente cresciuto il movimento per un accesso libero alla conoscenza. Con due filoni storici, inizialmente separati, che stanno trovando crescenti sinergie e, soprattutto, un livello di strutturazione globale che ha dato vita a un nuovo ecosistema di istruzione multimediale d'eccellenza.

Il primo filone sono le grandi *Data banks* digitali che hanno trasformato le principali biblioteche e archivi internazionali in una rete di accesso istantaneo al sapere di ogni ordine e grado, lingua, formato grafico. Negli ultimi anni, l'accelerazione sul fronte del libero accesso alle risorse sta cambiando le regole di diffusione della ricerca scientifica. I grandi enti di finanziamento – come la Commissione europea e la National Science Foundation – hanno iniziato a rendere obbligatorie le pubblicazioni *open access* delle ricerche finanziate. Inoltre, la moltiplicazione degli strumenti online ha contribuito a consolidare l'utenza – sempre più numerosa – che preferisce i canali di accesso alternativi a quelli istituzionali. Con il risultato che tra il 2009 e il 2015 sono oltre 20 milioni gli articoli identificabili come *open access*, circa un terzo di tutti gli articoli scientifici pubblicati.

L'altro filone storico – un termine che nell'era di internet significa una ventina d'anni – è quello delle *Open Educational Resources*: la messa a disposizione sul web di materiali educativi che originano nei principali atenei internazionali, che si tratti di syllabus, trascrizioni di corsi, testi di supporto alla didattica. Pioniere è stato il prestigiosissimo MIT, che ha lanciato il progetto *OpenCourseWare*. Nel giro di pochi anni, le risorse educative aperte si sono moltiplicate grazie alla capacità della rete di distribuire grandi quantità di contenuti a basso costo, alle possibilità del web 2.0 di connettere un numero senza precedenti di individui e metterli in condizione di collaborare alla produzione di contenuti, e ai progressi nell'intelligenza artificiale e nelle tecnologie di apprendimento adattivo. Oggi centinaia di università in tutto il mondo condividono materiale educativo secondo il modello *Open-CourseWare*.

L'iniziativa del Mit ha avuto il merito ancora maggiore di tracciare una visione che pochi anni dopo, con i MOOC (*Massive Open Online Courses*), di-

venterà egemone, terremotando il panorama dell'alta formazione multimediale. Secondo l'Oxford Dictionary, un MOOC è «un corso di studio reso disponibile in rete, gratuitamente, per un gran numero di persone». La connettività si è rivelata cruciale nell'alimentare la diffusione dei MOOC attraverso le reti social del web 2.0. Insieme a un altro fattore strategico, la qualità della didattica erogata. Fino a pochi anni fa, l'elearning si presentava come un sistema chiuso, con il marchio delle telematiche private e della Fad, la formazione a distanza parastatale. Con l'ingresso sulla scena mondiale dei grandi atenei americani, c'è stato un brusco salto di qualità, e di scala. Grazie alla dimensione *open access* – che espone la qualità dei docenti al giudizio di tutti gli utenti – i MOOC hanno imposto standard elevati. Cambiando radicalmente lo storytelling della formazione a distanza, oggi sempre più percepita come una risposta didattica d'avanguardia ai bisogni formativi. Il format multimediale impone una riorganizzazione dei contenuti adeguata ai nuovi canali di fruizione e ai nuovi codici comunicativi delle generazioni digitali.

La chiave del successo dei MOOC è nella dimensione globale assunta dalla produzione e distribuzione di contenuti formativi accademici. I numeri dei *learners* e dei corsi MOOC sono il fenomeno più eclatante. Nel giro di poco più di sette anni, si è arrivati a oltre 110 milioni di studenti iscritti a più di 13.000 MOOC disponibili *open access* in rete. È difficile valutare a pieno la portata di questo fenomeno. Al di là dei numeri imponenti, la rilevanza strategica riguarda la penetrazione rapidissima della connettività nella cittadella più esclusiva del potere, quella del know-how formativo. Sono ancora poche le università che stanno investendo in misura rilevante e continuativa, con le conseguenti economie di scala nei costi come nel know-how. Ma la partita è appena agli inizi, e la posta in gioco enorme. Ben al di là, infatti, della sperimentazione di metodologie didattiche innovative – che restano comunque un importante *byproduct* dello sviluppo dei MOOC – la sfida per gli atenei riguarda la capacità o meno di confrontarsi con il mercato in crescita dirompente del *lifelong learning*.

Il bacino dei lavoratori che aggiornano costantemente le proprie competenze professionali è già il terreno di caccia principale delle megapiattaforme Usa. Fino a oggi, le università hanno concentrato la propria iniziativa sulla fascia degli studenti 3+2, i due livelli di laurea che disciplinano l'istruzione terziaria in Europa. Dedicando un'attenzione residuale ai cicli post-laurea, che si trattasse di master o dottorati o scuole di perfezionamento o specializzazione, tutti – più o meno – caratterizzati da regolamentazioni molto rigide, e accessi superselettivi. È il contrario di ciò che avviene nel mercato in espansione dei MOOC, che è decollato grazie a un'offerta formativa più flessibile e meglio ca-

librata sulle effettive domande del mondo della produzione e dei servizi. E, soprattutto, aperta. In grado, cioè, di intercettare la domanda massiva di autoformazione per l'*upskilling* e il *reskilling* dei profili professionali sottoposti alle continue pressioni dell'innovazione tecnologica.

La sfida, per l'università, è se rimanere chiusa nella cittadella del 3+2 o aprirsi alla galassia del «30+20» della formazione multimediale per il lifelong learning. In assenza di una risposta adeguata dei sistemi formativi nazionali, il rischio è quello di una colonializzazione linguistica che una schiacciante egemonia dei contenuti angloamericani inevitabilmente imporrebbe. I Paesi meno attrezzati finiranno per accumulare ritardi sul terreno cruciale della formazione delle risorse umane, come mostrano i principali report pubblicati sul futuro delle professioni. Essere, invece, pronti a intercettare i flussi del mercato e declinarli secondo la specificità nazionale è l'unica opzione per contare nel nuovo ecosistema digitale, in cui si gioca il futuro della formazione e del lavoro. La sfida per una cultura democratica libera da lacci e laccioli si gioca soltanto affrontando, a tutto campo, le potenzialità incalcolabili della frontiera dell'istruzione *open access*. Puntando sulla contaminazione massiva tra il know-how delle élites e la nuova realtà dell'accesso libero in rete all'alta formazione.

Grazie a una nuova era di illuminismo digitale, forse, 2500 anni dopo, appare meno utopistico l'aforisma di Socrate per cui «esiste un solo bene, la conoscenza, e un solo male, l'ignoranza».

Michele Mezza

Cambridge Analytica: la storia del golem che vuole sostituirsi alla democrazia

Quella di Cambridge Analytica è una storia che non finisce mai. Mentre provavamo a schematizzarne la sua essenza per proporla in questa pubblicazione, siamo stati travolti da nuove e copiose rivelazioni che dimostrano come l'attività della struttura, per quanto formalmente sciolta, continua inesorabile a influenzare e deformare il libero gioco democratico in molti Paesi occidentali. Proprio nei primi giorni dell'anno il "The Guardian" ha pubblicato un nuovo reportage di Carole Cadwalladr, la sua reporter di punta sull'argomento, che rivela come proprio nelle ultime elezioni, sia britanniche che nelle primarie statunitensi, sia rintracciabile l'impronta dei sistemi di interferenza psico metrica della società che portò Donald Trump alla Casa Bianca¹. Sono stati rilasciati più di 100 mila documenti sull'attività attuale del nucleo operativo della vecchia società, che certificano come in almeno 68 Paesi sono rintracciabili gli effetti dei sistemi di profilazione e condizionamento degli elettori.

È stato rivelato dal "The Guardian" che i documenti provengono da Brittany Kaiser, un'ex dipendente di Cambridge Analytica, che aveva collaborato con gli inquirenti sia negli USA che in Gran Bretagna, segnalando proprio questi documenti nell'inchiesta di Robert Mueller sull'interferenza russa nelle elezioni presidenziali del 2016.

Kaiser, che ha recitato nel documentario Netflix nella rosa degli Oscar, *The Great Hack*, ha deciso di uscire dalla clandestinità dopo le elezioni del mese scorso in Gran Bretagna. "È così evidente che i nostri sistemi elettorali sono ampiamente aperti agli abusi", ha detto. "Ho molta paura di ciò che accadrà alle elezioni statunitensi alla fine di quest'anno, e penso che uno dei pochi modi per proteggerci sia ottenere quante più informazioni possibili". E così si ricomincia da capo, e si torna alla madre di tutte le manipolazioni, quella del 2016, a Washington.

¹ <https://www.theguardian.com/uk-news/2020/jan/04/cambridge-analytica-data-leak-global-election-manipulation>.

“Brad è stato essenziale nel portare una tecnologia disciplinata e un approccio basato sui dati per condurre la campagna 2016”, ha dichiarato Jared Kushner, consigliere e genero di Donald Trump, nel comunicato stampa sulla campagna elettorale del presidente eletto.

Il termine chiave, che ci permette di comprendere subito cosa abbia rappresentato Cambridge Analytica nella storia politica recente è l’aggettivo “*disciplinata*” che qualifica la tecnologia.

Il protagonista di questo addomesticamento del sistema computazionale agli interessi politici è appunto Brad, o meglio, Brad Pascale, un gigantesco – siamo a due metri di altezza per 110 chili – consulente elettorale, dall’aria di un mormone innocuo, che esce dalla totale oscurità in cui agiva da anni grazie all’avvento di Donald Trump sulla scena politica statunitense.

È lui che concepisce, e comunque ottimizza, l’addomesticamento della tecnologia per fini politici del suo committente. E, come ogni americano che per compiere misfatti si convince di agire per diretto mandato divino, lo spiega senza perifrasi o sottintendimenti. In un’intervista rilasciata qualche mese dopo l’elezione di Trump, Pascale spiega come ha eletto il suo presidente: “Si prende un assegno da cento milioni di dollari, lo si consegna a Facebook e si acquista il database con i profili di 200 milioni di elettori americani, dopodiché si cominciano a combinare i dati, Stato per Stato”.

Più o meno è andata così.

In realtà, fra l’assegno di 100 milioni di dollari e l’elezione di Trump, in mezzo ci sono vari fattori e fenomeni, alcuni macro politici, come il vento culturale sovranista che ancora spazza il mondo, alcuni soggettivi, come l’inadeguatezza della candidatura di Hillary Clinton, ma molto è dipeso da un dirompente uso della tecnologia sociale che da allora non possiamo non identificare con Cambridge Analytica.

È stata proprio questa relativamente piccola e insignificante azienda di consulenza marketing anglo-americana ad aver scompaginato previsioni ed equilibri rendendo ormai ingovernabile il legame fra senso comune e ruolo dei partiti e delle istituzioni.

Anche in questo caso, con la semplice arroganza di chi pensa che guidando la storia ci si guadagna l’impunità, il CEO di Cambridge Analytica, Alexander Nix, un luciferino e mercuriale manager del consenso, qualche settimana dopo la trionfale campagna presidenziale, scrivendo una presentazione della sua azienda su un magazine di rivenditori di auto, Dealer Marketing, così spiegava come riusciva a parlare persuasivamente con un interlocutore, sia esso elettore o probabile cliente, facendosi rivelare gli aspetti più intimi:

Quando un cliente vuole che gli si proponga un acquisto, bisogna capire il suo tipo di personalità, e i metodi persuasivi che possono essere più efficaci. Il metodo cambia il comportamento delle persone per mezzo di messaggi ben consegnati e in grado di colpirle. Basta un piccolo miglioramento nei tassi di conversione di una concessionaria per ottenere un enorme aumento dei guadagni.

Un linguaggio da bulimico piazzista, con una tecnica da ipnotizzatore.

Più esplicitivo, e in qualche modo anche più ispirato per spiegare cosa volesse fare, ed è riuscito a fare, con Cambridge Analytica, è Christopher Wyle, un giovanissimo talentuoso e trasgressivo ragazzotto canadese – a 12 anni escluso da tutte le scuole del Commonwealth e a 22 unico studente ammesso alla London School of Economics per chiari meriti – che ha elaborato il primo algoritmo di profilazione per sfondare sul mercato politico americano.

Anche lui spiega seraficamente in una successiva intervista a Vogue.com come, lui radicale e anticonformista, si sia messo in combutta con Steve Bannon, l’onnipresente ispiratore sovranista, consulente politico di Trump, che ha allestito l’infernale macchina da guerra della sua campagna elettorale:

Se le unità di misura della cultura sono le persone, e queste ultime possono essere quantificate in base ai dati sui social, allora possiamo quantificare la cultura usando Internet, giusto? Una volta quantificata, la possiamo cambiare. Ciò di cui parlava Bannon era molto simile alle ricerche che facevo dedicandomi alla moda. Lui voleva creare un trend, e un trend non è nient’altro che un movimento all’interno di una cultura. Lo definiamo “diffusione a cascata dell’informazione”, ed è misurabile. Una volta misurato, si possono poi identificare le persone che puoi far spostare leggermente in una certa direzione. Se ci riesci, allora hai cambiato la cultura².

Wyle pensava di cambiare la cultura, in realtà stava cambiando la storia, secondo il cinico ed efficace piano di Bannon.

Ora abbiamo sotto gli occhi l’oggetto dell’attività di Cambridge Analytica: una trasformazione molecolare del senso comune di un territorio, attraverso la pressione psicologica, esercitata mediante canali di comunicazione individualmente e riservatamente consegnati ad ogni singolo interlocutore.

Cambridge Analytica, in sostanza, parlava con milioni e milioni di elettori, ma poteva e può ancora parlare anche con potenziali acquirenti di macchine usate, per dare forma alla cultura e sensibilità emotiva del proprio interlocutore. Per fare questo aveva bisogno di due elementi: soldi, i famosi 100 milioni di

² <https://www.vogue.it/news/notizie-del-giorno/2018/05/09/intervista-esclusiva-a-christopher-wylie-cambridge-analytica-facebook>.

dollari di cui parlava Pascale, e un flusso di dati inesauribile e analitici, e qui entra in gioco Facebook.

Infatti, come vedremo più avanti, gli autori del piano Cambridge Analytica, non hanno inventato e finalizzato la capacità di profilazione semantica di ogni singolo interlocutore. Quest'azione, tutt'ora in corso massicciamente sulla rete, come spiega dettagliatamente Shoshanna Zuboff nel suo saggio *Il Capitalismo della Sorveglianza*, è stata escogitata e diffusamente applicata dai grandi monopolisti degli algoritmi neurali, a partire da Google e Facebook.

Proprio il social più esteso del mondo, siamo ormai ad oltre 2 miliardi e mezzo di utenti, ha capitalizzato la capacità di far parlare i suoi internautici, estraendo da loro quel petrolio moderno che sono i dati, ricombinabili e georeferenziabili.

È interessante seguire l'evoluzione di questa intuizione che sta riclassificando tutte le relazioni sociali e ancora oggi fatica ad essere inquadrata e analizzata dalle comunità politiche e istituzionali per quello che è: la prima reale trasformazione delle dinamiche democratiche dai tempi di Pericle.

Quella che stiamo qui sommariamente ricostruendo è l'origine e non la conseguenza di un processo che vede a tutte le latitudini del mondo, in tutti i contesti culturali ed economici, in tutte le contese ideologiche indebolirsi la forza della rappresentatività democratica dei popoli, sempre più insidiata e sostituita da processi di automatizzazione del libero arbitrio politico dei cittadini.

La Silicon valley del XVII secolo

Un fenomeno lungamente incubato nella storia umana, con alle spalle un'antica e contrastata origine, che risale proprio al XVII secolo, alla grande epoca delle rivoluzioni scientifiche – Galileo, Newton, Copernico, Leibniz, Pascal, Bacone – che aprì la porta ad una visione della pubblica amministrazione omologata ai processi scientifici, che sulla base di esperienze e di esperimenti, arrivavano ad un'oggettiva osservazione, e quindi, decifrazione dei grandi fenomeni naturali.

Da qui prese forma un filone del pensiero che attraverso contorsioni, conflitti e trasformazioni, è arrivato fino a noi, grazie all'esplosione della potenza dei calcoli e delle relazioni connettive, con l'ambizione di semplificare l'interpretazione delle volontà popolari attraverso un predittivo sistema di calcolo che ne afferra l'essenza, combinando le individuali personalità con le dinamiche territoriali.

Dopo il fatidico 1989, l'anno della caduta del muro di Berlino, ma anche,

e soprattutto, ai fini della nostra ricostruzione, l'anno della pubblicazione del primo codice del web al CERN di Ginevra, si velocizza quella dinamica che vede sostituire al linguaggio della politica quello della comunicazione.

Un autore certo non sospetto di inclinazioni sovietiste come Francis Fukuyama, diventato popolare per il suo supposto abbaglio sulla fine della storia, che andrebbe riletto oggi con minor fretteolosità, in un saggio successivo all'89, *La Grande Distruzione* (Dalai Editore, Milano 2001), spiega lo sgretolamento dell'idea stessa di socialismo, come quella connessa di riformismo socialdemocratico, seguito alla caduta dell'impero dell'est, come effetto di una lunga onda che da tempo stava consumando i codici e i meccanismi delle istituzioni pubbliche.

L'economia veloce – scrive Fukuyama – porta sia la parte sazia del mondo, che cerca ordine e protezione dei propri primati, sia quella affamata che pretende scorciatoie per accedere alle risorse planetarie a non affidarsi più al gioco politico rivolgendosi a nuovi equilibri di natura biologica più che politica.

Lucidità lungimirante di un sociologo che forse andrebbe rivalutato. In questo gorgo in cui la tecnologia prevale sulla sociologia e la biologia sulla politica, prende forma lo tsunami di Cambridge Analytica. Prima ancora di Fukuyama, su un altro versante, altrettanto persuasiva, è l'analisi del 1995, pubblicata nel testo *La Bomba Informatica* di Paul Virilio, in cui il filosofo della dromologia, la scienza della velocità, spiegava come

Dietro la propaganda libertaria per una democrazia diretta, in grado di rinnovare la democrazia rappresentativa dei partiti politici, s'installa quindi l'ideologia di una democrazia automatica in cui l'assenza di deliberazione sarebbe compensata da un automatismo sociale simile a quello del sondaggio di opinione o alla misurazione dell'audience televisivo.

Siamo storicamente nell'ultimo decennio della televisione, ma l'architettura sociale che disegna Virilio è proprio il contesto che promuove e sostiene, dall'altra parte dell'oceano, la nascita nella Silicon Valley dei primi laboratori di riproduzione della democrazia.

Nel 1997, l'allora direttore della CIA George Tenet, riferendosi al bisogno di adeguare le modalità e le tecniche delle strategie di spionaggio e controspionaggio a livello globale, dichiara “dobbiamo nuotare nella Silicon Valley”, aprendo la fase di digitalizzazione della strategia militare e di intelligence degli Stati Uniti. Si comincia con una azione di contaminazione della crescente pullulante attività creativa della Valley: nascono aziende direttamente promosse

dal sistema militare americano, che convoglia poderosi capitali sull'intero settore informatico. Non sfugga il paradosso di come tecnologie e forme di aggregazione sociale, come il networking digitale, nato sulla costa occidentale americana, a metà degli anni '60, sull'onda di una mobilitazione di studenti che si opponeva all'uso delle università da parte del complesso militare-industriale, sia poi finito di diventare il principale supporto all'evoluzione di quello stesso apparato di controllo sociale.

Esattamente a 30 anni dalle prime esperienze del free soft di Richard Stallman a Berkley veniva pubblicato un famoso e storico reportage del "Mercury News", il quotidiano della Silicon Valley, che spiegava come "la CIA ha l'esigenza di trovare una tecnologia in grado di dare un senso ai dati non strutturati che fluttuano in Internet". L'11 settembre segnò uno spartiacque che rese indiscutibile l'arruolamento dei talenti informatici nel sistema di difesa americano.

Nel 2003 Google compie il salto di qualità: da una parte diventa organicamente la software House del Pentagono con un contratto di oltre due miliardi di dollari per un sistema di analisi dei linguaggi e dei comportamenti in 24 lingue, dall'altra comincia la customizzazione del motore di ricerca che innesca il circuito fra l'afflusso di dati e l'addestramento degli algoritmi per indicizzare ogni singolo utente. Nell'approfondito reportage del giornalista Nafeez Ahmed, intitolato *How the Cia made Google*³, del 2015, si legge:

Da subito l'intelligence degli Stati Uniti fece da incubatrice per Google, tramite una combinazione di finanziamenti diretti e un network informale di influenze economiche strettamente allineati agli interessi del Pentagono.

Nello stesso anno ad Harvard un team di ricercatori di altissimo profilo, guidato dal giurista della rete Tim Wu e dal docente della Harvard Business School Michael Luca, ha messo sotto osservazione l'intera poderosa struttura del Google Search, l'apparato di ricerca del sistema di Mountain View. Le conclusioni furono impressionanti: Google corrompe sistematicamente i risultati delle ricerche per favorire i propri contenuti e i prodotti derivati.

Google – si legge nelle conclusioni – ha cominciato a sviluppare i propri contenuti, come la segnalazione dei prezzi per chi fa shopping o le proprie recensioni dei negozi locali. Google funge così sia da motore di ricerca che da service provider. Con il fine

³ <https://medium.com/insurge-intelligence/how-the-cia-made-google-e836451a959e>.

di sfruttare la propria posizione privilegiata per promuovere il suo contenuto, ha sviluppato una feature chiamata universal search, con la quale esclude intenzionalmente il contenuto della concorrenza e mostra solo i propri contenuti.⁴

Il mercato digitale si identifica così con le forme di controllo e condizionamento psico-tecnologico.

In questo nuovo contesto – si deduce nel saggio che abbiamo già richiamato di Shoshanna Zuboff – beni e servizi sono semplicemente al servizio della sorveglianza. Non è l'automobile che conta, ma i dati comportamentali che procura; non è la mappa che conta, ma i dati comportamentali che derivano dalle interazioni con la mappa. L'Ideale di base è la continua espansione dei confini della descrizione del mondo e di quel che contiene incessantemente.

In questo scenario, dove il sapere diventa un arsenale per profilare ogni singolo individuo, Facebook si cerca il proprio spazio vitale.

La rivoluzione del Like

La svolta che colloca il sistema di Mark Zuckerberg in testa alla carovana dei monopolisti delle nostre anime, come sono chiamati i grandi gruppi della Silicon Valley, avviene nel 2009, quando Facebook introduce il pulsante like: in quel momento muta radicalmente la storia della socialità, a livello globale. “I leader dell'azienda – scrive ancora Shoshanna Zuboff – si sono resi solo gradualmente che il pulsante avrebbe trasformato il sistema da un libro ad un trionfo di specchi, da una lettura passiva ad un gorgo attivo in grado di incollare gli utenti ai loro feed”. Con il like, Facebook scopre di avere fra le mani un'arma terribilmente potente che gli studiosi hanno denominato “dimostrazione sociale”. Si tratta di quel sottile potere di condizionamento e suggestione che ogni nostro conoscente o amico esercita su di noi anche solo con il suo esempio o comportamento.

Spiega Chris Nodder, uno dei più accreditati consulenti di user experience nel suo saggio *Design Diabolico – Sfruttare le debolezze umane per avere interfacce coinvolgenti* (Edizioni LSWR, Milano, 2014): “Il nostro comportamento è determinato per gran parte dalle impressioni di quale sia la cosa giusta da fare, basate su quello che vediamo fare agli altri”. Questa influenza è la cosiddetta “dimostrazione sociale”.

⁴ *Does Google Content Degrade Google Search? Experimental Evidence*, Harvard Business School, 2016.

È una vera bomba. Infatti, per la prima volta nella storia umana, un soggetto terzo, si intromette nella nostra vita, e potendo integrare e calcolare i linguaggi più intimi che abbiamo riconosciuto nelle relazioni con i nostri amici e conoscenti, comincia a parlarci esattamente come noi ci aspettiamo che si rivolga a noi chi gode della nostra massima fiducia.

È un potentissimo ed originale sistema per disarmare ogni interlocutore delle sue difese logiche e diffidenze istintive rispetto a qualcosa che gli viene proposto da sconosciuti.

Solo qualche anno prima, nel 2006, Zuckerberg aveva inaugurato sulla bacheca di Facebook i “news feed”, un motore che condivide nella community dei friends automaticamente gli aggiornamenti che ogni singolo amico posta sulla propria pagina. Una sorta di gigantesco bar, in cui milioni di capannelli di amici parlano fra loro a voce alta, in modo che anche altri, vicini possano cogliere ed eventualmente condividere i contenuti.

Un salto che provocò un inedito sussulto nella rete, con le proteste degli utenti che intuirono che la loro privacy cominciava ad essere saccheggata. Ma tutto gradualmente si sopì grazie a pochi e del tutto inefficaci aggiustamenti tecnici che vennero apportati sulla piattaforma, ma soprattutto a quello che un giornalista del blog *TechCrunch* sintetizzò in questa definizione: “Chi si rifiuterà di partecipare, scoprirà ben presto di non essere più al centro dell’attenzione, e sospetto che si sbrigherà a chiedere di essere reinserito”.

Un implacabile trionfo.

Fu proprio questo che esattamente accadde.

Allora, nel 2006, Facebook aveva meno di dieci milioni di iscritti, bisognava avere un indirizzo e-mail di un college per esservi ammessi, subito dopo il decollo planetario. Il “news feed” è diventato così il cosiddetto “sguardo di Dio”, quel sistema di controllo globale che scannerizza più di due miliardi di anime ogni giorno, raccogliendo e impaginando miliardi di dati individuali, analizzati alla luce di circa 100 mila indicatori e parametri.

Se nel secolo analogico, l’epoca dei comportamenti di massa, sintetizzata da Bauman con la triade lavoro di massa-consumi di massa-media di massa, il capitalismo era la risultanza di ignoranza più libertà, ossia invisibilità dei processi del mercato, più autonomia, almeno formale, delle figure che operano sul mercato, quali i produttori e i consumatori, nella nuova economia digitale individualizzata, che sempre Bauman identifica nella seconda triade lavoro individuale-consumi personalizzati-media on demand, il capitalismo è il risultato di potenza di profilazione più interferenza psicologica diretta sull’individuo.

Il passaggio si consuma esattamente negli anni della piena maturità dei service provider digitali, dove, per la prima volta nella storia umana, sono i di-

stributori, e non più i produttori o i consumatori, a dominare la scena.

La confluenza dei nuovi fenomeni di autoaffermazione sociale da parte di quel pulviscolo di individui che il big bang della società di massa ha scagliato nella rete digitale, con l'affinamento dei grafi psico tecnologici, ossia di quei processi di congiunzione di soluzioni digitali che danno vita a nuovi dispositivi intelligenti in grado di processare e finalizzare la massa sterminata di dati disponibili, ha creato il golem di Cambridge Analytica.

Abbiamo visto infatti fino ad ora come si siano dispiegate le nuove dinamiche relazionali che hanno prodotto, come conseguenza di una individualizzazione esasperata dei comportamenti – ognuno vuole essere diverso dal suo vicino – tecnologie in grado di offrire strumenti e servizi di grande potenza e di grande capacità di autoriconoscimento ad ogni individuo, gratuitamente per altro, in cambio di un flusso ininterrotto di dati che addestrano e informano oggetti di intelligenza artificiale che imparano a parlare come noi e ci trasmettono senso comune. Questa è stata la storia di Google e Facebook, ma anche di Twitter e Amazon, e poi Alibaba o Tencent.

Attraverso questo gorgo di tecnologie sociologiche vengono riclassificati tutti i nostri comportamenti e tutte le nostre relazioni, a partire da quelle commerciali, con il nuovo marketing neurale, per arrivare a quelle politico-istituzionali. Arriviamo così al concepimento di Cambridge Analytica.

Nel 2010, una prima ricerca, non si sa quanto spontanea, di un gruppo di ricercatori tedeschi ed americani, comincia a inquadrare le potenzialità dei dati personali che zampillano dalle pagine di Facebook⁵. Nello studio, che analizza centinaia di migliaia di profili, appare evidente come persino i dati e le descrizioni autobiografiche che campeggiano nelle bacheche del social network non sia banalmente e narcisisticamente autoritratti idealizzati, bensì riflettono con grande precisione la personalità reale dell'utente. Il team di ricerca che operava nell'Università del Maryland comprese subito su quale preziosa materia prima aveva messo le mani e cominciò a sviluppare un software che permetteva ai server di elaborare direttamente i dati generando profili predittivi, ossia tracciando mappe evolutive dei profili esaminati per anticipare quali assetti psicologici e cognitivi ogni individuo avrebbe assunto.

⁵ https://www.researchgate.net/publication/221516801_Predicting_personality_with_social_media.

La quantità prevale sulla qualità

Lungo questo itinerario i ricercatori scoprirono che per intuire le caratteristiche psicologiche che avrebbero caratterizzato in futuro ogni singolo utente della piattaforma più che i macchinosi e complessi contenuti dei suoi messaggi – ad esempio orientamento religioso, culturale, politico, economico e via dicendo – erano più rilevanti proprio le meccaniche comunicative, i meta dati, ossia la quantità e frequenza di relazioni e di post. Possiamo dire che per identificare i futuri profili di un utente è più rilevante la quantità di dati piuttosto che la qualità. Inizia così la corsa elettorale di Trump. Ma nessuno ancora lo sospetta.

Il gruppo di ricercatori del Maryland si accorge così di essere sbarcato in un nuovo mondo, esattamente come capitò al gruppo di scienziati nucleari a Los Alamos, con la prima esplosione atomica nel luglio del 1945.

A conclusione della ricerca infatti si legge quello che è l'equivalente del certificato di nascita del nuovo modo di fare la campagna elettorale:

La capacità di inferire la personalità di un utente fa in modo che social media, siti di commerci online e perfino i server pubblicitari possano essere modificati su misura per riflettere i tratti della personalità di quell'utente e presentare le informazioni in modo che questi si dimostri più ricettivo. Si possono presentare degli ads [messaggi pubblicitari, ndr] su Facebook basandosi sulla personalità dell'utente. Si potrebbero evidenziare recensioni di prodotti con tratti di personalità simili a quelli dell'utente, per accrescere la sua fiducia e fargli recepire una sensazione di utilità⁶.

Questa è stata Cambridge Analytica.

La palla passa subito in Gran Bretagna, dove un altro gruppo di ricercatori comprendente Michael Kosinski e David Stillwell del centro di psicomatria di Cambridge, allestiscono un primo database esterno a Facebook che permette i primi test psicometrici.

Dopo qualche mese di esperimenti il gruppo inglese conclude che “la personalità dell'utente può essere prevista in modo semplice con i dati pubblici”. Nel corso della ricerca più volte era stato rilevato che solo grazie alla rivisitazione delle norme privacy operata da Zuckerberg, in virtù della quale gli utenti potevano essere analiticamente profilati dalla piattaforma si poteva disporre di una quantità tale di dati per addestrare i sistemi digitali. Un anno dopo, come documenta spietatamente la Zuboff sul saggio che abbiamo ripetutamente ci-

⁶ J. Golbeck, C. Robles, K. Turner, *Predicting Personality with Social media*, ACM, New York, 2011.

tato, i ricercatori di Cambridge certificano che grazie ai like di Facebook: “si potevano stimare in modo accurato e automatico una vasta gamma di attributi personali generalmente ritenuti privati”⁷. Come ogni apprendista stregone, anche i due professori di Cambridge si accorgono, tardi, che hanno dato vita ad un mostro, e avvertono che “è possibile immaginare situazioni nelle quali tali previsioni degli algoritmi predittivi, seppur sbagliando, potrebbero minacciare il benessere, la libertà, e perfino la vita di un individuo”. Una cautela che non frena comunque il gruppo di ricercatori. Il loro leader, Kosinski, si sposta negli USA, a Stanford, dove incontra i venture capitalist di Microsoft, Google, Boing e soprattutto di DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) del governo americano. Sulla base delle sollecitazioni di questi finanziatori si approfondiscono proprio le potenzialità del sistema di calcolo per prefigurare e prevedere l’evoluzione delle strutture emotive e cognitive di singoli individui. Nel 2015, siamo già nel pieno della contesa elettorale negli USA, si elaborò un altro studio che sancì come si potesse mappare con grande accuratezza e affidabilità il profilo psicologico e linguistico di intere comunità sulla base dei like di Facebook⁸, materia sempre complessa e sfuggente da raccogliere, quanto la forma, che era accessibilissima sui social network, e che Facebook rendeva trasparente. “Non conta cosa ci sia nelle nostre frasi, ma la lunghezza e complessità; non che cosa elenchiamo, ma che facciamo un elenco; non la foto che postiamo, ma il filtro o la saturazione che abbiamo scelto” sintetizza chiaramente la Zuboff per farci cogliere l’essenza e la genialità del procedimento. Ogni singola affermazione, o post potrebbe sembrare banale e insignificante, ma la sequenza continua e inesauribile di questi dati diventano una vera radiografia intima di un individuo. Lo stesso Kosinski in un’intervista rilasciata proprio nel 2015 constata che: “Facebook, Snapchat, Microsoft, Google e altre ancora, hanno accesso a dati che nessun scienziato ha mai potuto nemmeno sperare di avere”, e proseguiva, sempre per tacitare quel rigurgito di coscienza che comunque lo agitava dinanzi a tale potere, con lo stesso turbamento che ebbero i ricercatori nucleari dinanzi alla potenza sovrumana dell’ordigno che si trovarono fra le mani, “vorrei sottolineare che molte delle cose che uno può fare con queste soluzioni di certo non dovrebbero essere fatte dalle aziende o dai governi senza l’esplicito consenso degli utenti”.

⁷ M. Kosinski, D. Stilwell, T. Graepel, *Private Traits and Attributes are predictable from digital records of Human Behavior*, Cambridge, 2013.

⁸ <https://www.gsb.stanford.edu/sites/gsb/files/conf-presentations/miningfacebook.pdf>.

La stupidità del pubblico

Non possiamo non notare come queste dichiarazioni, insieme a molte altre, sempre rintracciabili in rete, avessero in qualche modo segnalato il pericolo, rendendolo trasparente e pubblico. Nonostante questo, l'indifferenza dell'opinione pubblica, e della stessa politica fu completa. Nessuno alzò nemmeno un sopracciglio, nessuno comprese come questi sistemi avrebbero modificato definitivamente le dinamiche, le gerarchie, le relazioni fra gli esseri umani e fra questi e le istituzioni. Nemmeno negli USA, dove la consapevolezza avrebbe dovuto essere maggiore. Pensiamo ad esempio al partito democratico e al suo candidato alle presidenziali Hillary Clinton, che certo non era una debuttante, aveva alle spalle otto anni di esperienza dell'amministrazione Obama, dove la rete fu integrata nel sistema di governo e di consolidamento del consenso, anche se non con questa potenza pervasiva e predittiva. Eppure, il pericolo non venne percepito. Perfino gli stati maggiori di Google e Facebook, allora integralmente schierati contro Trump, dimostrarono la loro sfiducia verso queste nuove tecniche che pure si basavano sui dati che le due corporation della Silicon Valley vendevano.

Fu un gioco delle parti o invece sottovalutazione? La domanda è destinata a rimanere sospesa. Su questo tasto ancora il duo Kosinski e Stillwell batterono ripetutamente in quei mesi, puntando il dito contro il disinteresse dell'opinione pubblica su un tema che solo oggi è diventato di senso comune: la condivisione dei dati che proprio le imprese digitali si rifiutano di conferire.

Non dipende dalla loro malvagità – scrivevano i due ricercatori – ma dall'incredibile stupidità del grande pubblico. Come società abbiamo perso la capacità di convincere grandi aziende, con enormi budget e un enorme accesso ai dati a condividere con noi tale ben di Dio. Dovremo decidere a crescere e a darci un taglio.

A questo punto, siamo proprio a ridosso della fase calda delle presidenziali americane, all'inizio del 2016, si configura un gioco di sovrapposizione fra Facebook e la nascente e al momento ancora anonima piccola società anglo-americana di consulenze marketing che si chiamerà appunto Cambridge Analytica.

Infatti, mentre, come abbiamo visto, nelle università americane ed inglesi – del tutto assente sembra in questo momento il continente europeo che non è toccato dalla febbre predittiva – pullulano le ricerche sui nuovi algoritmi psicometrici, Facebook costruisce, sulla base di quello sterminato flusso di dati che il suo social network genera quotidianamente, un nuovo modello di business.

Nel 2018 il sito *Intercept*⁹ pubblica un documento riservato del vertice della società di Mark Zuckerberg che rivela come i suoi dirigenti fossero pienamente consapevoli di quali manipolazioni potessero essere realizzate sulla base di un accesso indiscriminato ai propri database. Il documento infatti declama le potenzialità dei servizi, e degli introiti, che potrebbero essere attivati grazie “all'imparagonabile intelligenza delle macchine di Facebook” che potranno soddisfare “le esigenze particolari degli affari dei nostri clienti”. Nulla è lasciato all'immaginazione. Il testo pubblicato da *Intercept* spiega dettagliatamente come sarà possibile “predire i comportamenti futuri targettizzando i singoli individui in base a come si comporteranno, acquisteranno o penseranno”. Nel catalogo commerciale che stilano i responsabili di Facebook appare anche un servizio chiamato di “previsione della lealtà”, non dissimile da un analogo dispositivo approntato dal governo cinese e praticato su larga scala. In base a quello che viene definito surplus comportamentale si possono misurare la fidelizzazione di un individuo ad un marchio commerciale, ma anche ad un partito o un singolo candidato. Il motore di queste nuove funzioni psicoanalitiche è la nuova piattaforma di intelligenza artificiale simulata, chiamata FBLearder Flow.

Si tratta di un sistema che ingoia trilioni di dati al giorno, addestra migliaia di modelli e di bots, che poi consegna ai server per le elaborazioni predittive. Questo è il condotto a cui attaccarsi per avere il nuovo petrolio.

Contemporaneamente una società americana di ricerche e consulenza politica negli Stati Uniti comincia a coltivare il disegno di scardinare le certezze elettorali del sistema politico americano grazie alle nuove capacità predittive del software.

Deus ex machina dell'operazione che porterà al colpaccio di Trump è il miliardario statunitense e scienziato informatico Robert Mercer. Si tratta di uno dei più conservatori e aggressivi magnati americani, che si muovono in quel reticolo di centri di ricerca e tecnostutture amministrative che sono considerate il “Deep power” del Paese. Mercer è, fra l'altro, proprietario del gruppo Strategic Communication Laboratories (SCL), società di sviluppo progettuale di programmi geopolitici dell'inner circle della destra americana, che affianca subito Trump nella sua cavalcata antisistema. Accanto al magnate reazionario appare subito il luciferino profilo di Steve Bannon, ex consigliere di Donald Trump e ideologo della cosiddetta alternative right americana, e animatore del cliccatissimo sito web di contro-informazione Breitbart News, diretto, fino a

⁹ <https://theintercept.com/2018/03/27/cambridge-analytica-facebook-scandal-advertising-research-foundation/>.

poco tempo fa, dallo stesso Bannon e lanciato nel 2011 grazie ai generosi finanziamenti proprio di Mercer che, nel novembre 2017, ha annunciato di aver ceduto la propria quota di minoranza del portale alle sue tre figlie: Jennifer, Rebekah e Heather Sue.

Questo è il milieu in cui viene allevato il progetto Cambridge Analytica. Oltre a Mercer e Bannon, ci sono altre tre figure chiave: due personaggi che abbiamo già incontrato, Alexander Nix, Christopher Wylie, e una new entry, Aleksandr Kogan. È proprio Kogan che compie le mosse decisive del piano vincente.

Si tratta di un russo-americano, docente di psicologia all'Università di Cambridge e capo della società Global Science Research (GSR) il quale ha sviluppato un'applicazione chiamata "thisisyourdigitallife" che, presentandosi all'apparenza agli utenti come uno dei tanti "giochini" e test della personalità disponibili in rete, celava in realtà un sofisticato strumento di analisi psicologica finalizzato ad incamerare informazioni sulle loro personalità da poter poi riutilizzare ai fini di campagne di marketing politico.

Si sostituisce la democrazia con i demoni interiori

Proprio l'uso cinico e lucido di questo specchietto per le allodole permette ai sistemi di calcolo della nascente società di profilazione politica di acquisire le matrici sociali e le tipologie sociologiche che renderanno estremamente preciso e pertinente il lavoro di classificazione degli elettori statunitensi. Infatti, Kogan stila con successo i profili di una massa enorme di utenti di Facebook, calcolati fra i 50 e gli 87 milioni. In sostanza il gruppo usò l'app di Kogan per costruire le matrici e alimentare gli agenti intelligenti che poi, sulla base delle coordinate acquisite dalla combinazione degli innumerevoli profili accumulati, hanno cominciato a lavorare in serie sullo scacchiere elettorale americano.

La pompa che permetteva di drenare i dati era sempre la stessa: Facebook. L'audace programmatore del sistema è il giovane Wylie che intuisce subito come il sistema teorico di Kosinski e Stilwell potrebbe essere piegato ad una strategia di persuasione occulta di milioni di individui. L'obiettivo che la nuova società nel frattempo battezzata Cambridge Analytica, in onore delle prime ricerche che stavano alla base del suo sistema di profilazione, come spiega esplicitamente proprio Wylie nella già citata storica intervista rilasciata al sito di Vogue, è "la microtargettizzazione comportamentale per influenzare gli elettori basandosi non sui loro dati demografici ma sulla loro stessa personalità".

Un obiettivo che viene semplicemente perseguito incrociando il modello

teorico di Kosinski e Stilwell con i data set di Facebook, come conferma ancora Wylie: “Abbiamo sfruttato Facebook per raccogliere i profili di milioni di persone e costruito con essi modelli per sfruttare quel che sapevamo di loro e mirare ai loro demoni interiori”.

Torniamo così al punto di partenza, dove il nostro racconto è iniziato, a quel famoso assegno da 100 milioni che Brad Pascale consegna a Facebook per avere il motore con cui forgiare la sua vittoria elettorale.

Ora, credo, tutto diventa più chiaro: come, chi, con quali strumenti e in quale contesto, ha potuto sovvertire quel meccanismo antropologico elementare che dai tempi di Pericle si chiama democrazia, ossia potere esercitato dall'espressione della libera volontà della maggioranza di un territorio.

Ancora la nostra Shoshanna Zuboff, che abbiamo seguito nella sua documentatissima e analitica ricerca dei processi culturali e tecnologici che hanno reso possibile un tale salto nell'evoluzione della specie, così conclude la sua disamina sul caso Cambridge Analytica:

Si tratta delle capacità cresciute in quasi due decenni di incubazione del capitalismo della sorveglianza in uno spazio sregolato; pratiche che hanno suscitato scandalo, ma che nei fatti sono routine quotidiana nell'elaborazione dei metodi e degli obiettivi del capitalismo della sorveglianza, che si tratti di Facebook o di altre aziende. Cambridge Analytica ha semplicemente spostato la macchina dei soldi garantiti dal mercato dei comportamenti futuri alla sfera politica.

E per tutto questo, come abbiamo già riportato all'inizio, lei conclude riferendosi a questi inafferrabili sistemi finanziario-tecnologici: sanno troppo per essere liberi.

Giancarlo Vilella

La moderna democrazia tra Europa e tecnologia

Con questo articolo¹ intendo proporre un'intuizione che mi si è svelata l'estate scorsa² mentre camminavo, fra sentieri boscosi, verso la vetta del monte Mottarone: in verità si tratta del risultato di una fusione tra le diverse riflessioni da me sviluppate nel corso degli ultimi cinque anni. Le grandi camminate in montagna, infatti, sono per me l'occasione di pensare e ripensare a questo e a quello, di mettere ordine al corso attuale della vita (o almeno, più realisticamente, a provarci: è comunque un buon esercizio). Fatto sta che quel giorno, durante l'ascensione al Mottarone volutamente aerobica, stavo ripensando alla recente esperienza presso l'Istituto Universitario Europeo di Firenze, ai suoi risultati³, e ai lavori precedenti sull'Unione Europea⁴ e sull'affermarsi generalizzato delle tecnologie⁵. Insomma, stavo facendo il punto su dove mi trovavo. D'un tratto mi sono reso conto che un filo rosso attraversa tutte e tre le riflessioni di questi anni, un medesimo quesito di fondo: dove va la democrazia moderna? Ed ecco l'intuizione, che è la risposta al quesito:

la democrazia moderna si difende a livello sovranazionale, nell'Unione Europea, e si trasforma sotto l'impulso della tecnologia⁶.

Nella nostra epoca, infatti, stiamo assistendo da un lato a dei fenomeni sempre più diffusi di regressione dei sistemi democratici sotto la pressione di

¹ Le opinioni espresse sono a carattere personale e non sono imputabili all'istituzione cui appartengo, il Parlamento Europeo, né a qualunque altra istituzione europea.

² Agosto 2019.

³ G. Vilella, *Working methods of the European Parliament Administration in Multi-actors World. A case-study*, European Press Academic Publishing, Florence, 2019. Sono stato EP Fellow all'Istituto Universitario Europeo di Firenze dal 1° settembre 2018 al 30 giugno 2019.

⁴ G. Vilella, *Essere Europei*, Pendragon, Bologna, 2016.

⁵ G. Vilella, *Introduzione alla E-Democracy. Nuova edizione aggiornata e ampliata*, Pendragon, Bologna, 2019.

⁶ Questo articolo anticipa, con modifiche e aggiunte, alcune pagine di un libro che sarà pubblicato prossimamente dall'editore Pendragon di Bologna.

moderni approcci autoritari, e dall'altro a una sfida sul funzionamento delle istituzioni sotto la pressione dell'uso delle nuove tecnologie.

Nuove sfide per la democrazia

L'aspirazione alla democrazia e la volontà di renderla sempre migliore vengono, nel nostro mondo europeo, dall'antichità: si è trattato di una continua ricerca tra (come si suole dire) alti e bassi, dove per millenni i bassi sono stati assolutamente dominanti fino alla modernità. Negli ultimi due secoli le cose sono andate migliorando notevolmente, pur attraverso tragedie, fino a raggiungere con la democrazia liberale il livello più avanzato e maturo dell'organizzazione politica di una società, un livello dove i due termini che compongono il vocabolo, *demos* e *cratia*, assumono il loro pieno significato.

Quest'affermazione farà storcere il naso a molti, mentre ad altri provocherà puro rigetto. La democrazia da tanti invocata, infatti, non è molto amata.

Da sempre la democrazia è descritta sull'orlo del fallimento, da decenni viene data per spacciata: E. Fawcett⁷ fa una lista di autorevoli libri che dagli anni Trenta del secolo scorso ad oggi vanno in questa direzione. Di recente, poi, la preoccupazione (più o meno sincera) per le sorti della democrazia si è moltiplicata, tanto da rendere impossibile seguire tutti gli interventi. Ma fra i più interessanti certo si può ricordare D. Runciman⁸, il quale sostiene sostanzialmente che ci sono oggi eventi e meccanismi che erodono dall'interno le democrazie: "brogli elettorali, limitazioni allo Stato di diritto, poteri personali del leader dell'esecutivo" e così via. Questo è poi aggravato dall'uso disinvolto e scorrettamente generalizzato di concetti come "colpo di Stato", "golpe", "crisi": in tal modo non si capiscono più i fenomeni reali e il loro sviluppo. In aggiunta, due sono (fra tante) le tendenze che secondo l'autore stanno minando la natura della moderna democrazia: da un lato il fatto che non c'è più un confronto tra opinioni diverse ma ragionate, bensì uno scontro tra mondi alternativi; dall'altro il fatto che i leader non puntano a galvanizzare la popolazione in direzione positiva e costruttiva, bensì puntano a eccitare rabbia e frustrazioni. Con questa erosione andiamo, dice l'autore, verso le democrazie illiberali che cederanno il passo a forme di autoritarismo, come quello sviluppato e insidioso della

⁷ E. Fawcett, *Liberalism. The Life of an Idea*, Princeton University Press, Oxford, 2019.

⁸ D. Runciman, *Così finisce la democrazia. Paradossi, presente e futuro di un'istituzione imperfetta*, Bollati Boringhieri, Torino, 2019.

Cina. Anche S. Levitsky e D. Ziblatt⁹ vanno nella stessa direzione e approfondiscono l'analisi sull'atteggiamento del leader con aspirazioni autoritarie: rigetto delle regole del gioco democratico, tolleranza della violenza, volontà di restringere le libertà civili degli avversari, negazione della legittimità dell'opposizione. In particolare, il leader a tendenza autoritaria reclama solo per sé il monopolio morale della rappresentanza del popolo. In verità, è già negli anni Cinquanta del secolo scorso che con grande lucidità G. Sartori¹⁰ aveva intuito che la democrazia liberale sarebbe stata messa sotto pressione e sarebbe stata superata con l'emergere di una democrazia illiberale, da lui definita "aliberale" e anche totalitaria. La democrazia, diceva Sartori, sarebbe rimasta come un guscio vuoto soltanto nominale, destinato a scomparire definitivamente.

Un altro genere di analisi critica si concentra, invece, sugli aspetti economici. Gli ultimi dieci-quindici anni (in particolare 2007-2017) sono stati caratterizzati da una crisi a livello mondiale sul piano economico e su quello sociale, ma anche sul piano delle relazioni internazionali: le difficoltà della crisi sono state ampliate nei fatti e ancor più nella percezione dall'esplosione dei flussi migratori che hanno raggiunto livelli inauditi negli anni 2015 e 2016. A tale crisi sono state date delle risposte anche efficaci, soprattutto a livello sovranazionale, ma la reazione è stata ampiamente negativa perché più che considerare la realtà delle cose (complessità dei problemi, protezioni e salvataggi effettivi) ci si è basati su aspettative astratte. È stato molto bene messo in luce una grande contraddizione del nostro tempo: viviamo in Europa l'epoca più prospera, libera e pacifica di tutta la nostra storia e ciononostante esiste un forte e diffuso sentimento di insicurezza¹¹. Secondo Kershaw¹², le principali ragioni di questa insicurezza sono, oltre alle atrocità del terrorismo, l'incertezza sulla capacità di saper far fronte a una nuova crisi economica e l'aumento della precarietà nel lavoro, cose che affondano le radici nei processi di deindustrializzazione e di globalizzazione degli anni Ottanta.

In questo ambito, di un certo interesse è la posizione di V.E. Parsi¹³, il quale sostiene che le difficoltà dell'Occidente derivano dal crollo dell'equilibrio tra democrazia e libero mercato, in cui i due poli si correggevano a vicenda, cer-

⁹ S. Levitsky and D. Ziblatt, *How Democracies Die*, Crown, New York, 2018.

¹⁰ G. Sartori, *Democrazia e definizioni*, Il Mulino, Bologna, 1957.

¹¹ I. Kershaw, *Roller coaster: Europe 1950-2017*, Penguin UK, London, 2018. Anche Barack Obama, allora presidente USA, affermò in un discorso all'ONU che viviamo un "paradosso" nel mondo contemporaneo: "non siamo mai stati meglio nella storia dell'umanità e ci sentiamo comunque infelici".

¹² Ultimo citato.

¹³ V.E. Parsi, *Titanic. Il naufragio dell'ordine liberale*, Il Mulino, Bologna, 2018.

cando un bilanciamento che giovava all'intera società. È a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta che sono state prese decisioni che hanno favorito l'affermarsi di un neoliberalismo aggressivo basato sulla bulimia del capitale e il dominio del potere finanziario. Questo, secondo Parsi, ha messo in ginocchio la democrazia e i suoi valori, lasciando lo spazio all'affermazione del populismo e all'affermarsi di potenze dispotiche o autoritarie. Ma anche autori di peso mondiale vanno nella stessa direzione. Il premio Nobel J. Stiglitz¹⁴ prosegue la sua analisi su un sistema capitalista che, secondo lui, funziona solo a favore di alcuni e non per il bene generale: la situazione si sta diffondendo, ma è specificamente caratteristica degli Stati Uniti, dove l'ideologia detta neo-liberalista, con fede cieca sull'autoregolazione dei mercati, si è affermata ovunque, anche fra i giudici. L'economia USA, secondo l'autore, è oggi basata su magnati e oligopoli, con concentrazioni sempre più grandi in vari settori: una plutocrazia, dice Stiglitz, basata sull'eredità. Ma il problema è ancora più grave di quello che appare perché è dimostrato che le concentrazioni di potere economico portano alla concentrazione di potere politico e questo, secondo l'autore, è già osservabile in particolare (ma non solo) nel settore delle tecnologie. L'idea che siamo di fronte a un sistema capitalista che favorisce solo pochi è sostenuta anche da un autore di successo (da milioni di copie vendute) come T. Piketty¹⁵, che mette l'accento, ancora più che Stiglitz, sul fatto che è il risultato di una chiara scelta ideologica a favore del neo-liberalismo e, come Stiglitz, stigmatizza il sistema della eredità.

Mario Vargas Llosa reagisce con fastidio al dilagare del termine neoliberalismo. In un'interessante intervista¹⁶ Vargas Llosa dice che il termine "neoliberalismo" non significa niente, è una formula usata per fare una caricatura al liberalismo e presentarlo come capitalismo spietato, utilizzando le deformazioni che pur esistono ma che non intaccano la natura del pensiero liberale, il quale secondo lui non è un'ideologia. L'autore va molto più in profondità: a suo avviso¹⁷ il liberalismo mette l'individuo responsabile al centro del sistema e assume la libertà come valore assoluto supremo, mentre la democrazia è il sistema che meglio riesce a conciliare i valori contraddittori della società. Quindi il liberalismo rigetta sia il collettivismo sia il nazionalismo e soprattutto quello che l'autore chiama "lo spirito tribale" che alimenta appunto quelle scelte ideo-

¹⁴ J. Stiglitz, *People, Power, and Profits*, Penguin, London, 2019.

¹⁵ T. Piketty, *Capital et idéologie*, Seuil, Paris, 2019.

¹⁶ M. Vargas Llosa, *La corrección política es enemiga de la libertad*, "El País semanal", Entrevista, 25 febbraio 2018

¹⁷ M. Vargas Llosa, *La llamada de la tribu*, Alfaguara, Barcelona, 2018.

logiche. Un'eco, questa, che ritroviamo pienamente in E. Fawcett¹⁸, il quale sottolinea anche il fatto che il liberalismo non è un'ideologia, ma un'idea di base che evolve e si costruisce con nuovi risultati: il liberalismo, adottando le pratiche di governo e di produzione è riuscito a tenere insieme le società complesse della modernità e sostenere la gente che non ha potere. Democrazia e welfare sono secondo Fawcett i fondamenti del liberalismo, i pilastri che lo sostengono in una solida alleanza: entrambi i pilastri oggi sono sotto attacco e minano la tenuta del sistema. L'autore conclude che solo la politica può contrastare il declino, nel senso che i liberali sono coloro che riconoscono il primato della politica nelle vicende umane. In un certo senso a questa impostazione possiamo forse accostare l'approccio di Fukuyama, che contesta l'idea che l'antagonismo verso la democrazia derivi dalla crisi economica: in verità, dice questo autore, si tratta di una ricerca di "identità" che il mercato non può soddisfare¹⁹.

Su una cosa, però, tutte le analisi fin qui richiamate coincidono, ed è che i fenomeni enunciati favoriscono lo sviluppo e il consolidarsi del cosiddetto populismo (nazionalista) che si caratterizza per un attacco aggressivo alle élite, per un linguaggio politico semplicista, per l'esaltazione dello Stato nazionale come identità. Il processo che porta la gente, spinta dalle ragioni più disparate, ad aderire al "populismo" lo ha spiegato bene Hobbes con la tesi del "sovrano dormente", il popolo, che si risveglia per mettere in discussione la relazione con chi esercita il potere e reclamare la sua propria sovranità²⁰: di qui derivano le caratteristiche appena ricordate che si trasformano in politica.

Ed è proprio un evento "politico" che ha dato molto peso a tutte le osservazioni fin qui richiamate. Alla fine di giugno 2019, durante il G20 di Osaka, fra le tante cose interessanti accadute ce n'è stata una che qui ha un rilievo maggiore: la dichiarazione di Putin, in un'intervista al "Financial Times" del 28 giugno, riportata dai giornali di tutto il mondo, in cui il presidente russo afferma che i valori liberali dell'Occidente sono obsoleti. L'ideologia liberale sarebbe ormai in conflitto con gli interessi della stragrande maggioranza della popolazione che trova sostegno e difesa nel populismo e nel sovranismo che non a caso, secondo Putin, stanno avanzando in Europa e in America: voler difendere, invece, i diritti degli immigranti è secondo Putin un errore ingiustificabile. Il populismo e il sovranismo, dice ancora Putin, sono il frutto di un risenti-

¹⁸ E. Fawcett, *Liberalism etc.* cit.

¹⁹ F. Fukuyama, *Identity. The Demand for Dignity and the Politics of Resentment*, Edizioni Farrar Straus and Giroux, New York, 2018.

²⁰ Questo richiamo a Hobbes lo devo a N. Walker, *When the Sovereigns Stir*, lezione su Max Weber tenuta all'Istituto Universitario Europeo di Firenze il 6 dicembre 2018.

mento contro l'immigrazione, il multiculturalismo e i valori a detrimento della religione.

La Russia non è certo un Paese che ha conosciuto il pensiero e la politica liberale, quindi la solidità delle affermazioni di Putin è discutibile. Ma il vero punto è che con questa intervista Putin candida davanti al mondo il modello autoritario illiberale come modello del futuro, sostenendo che questo avanza ovunque a cominciare dagli USA. In effetti, bisogna ammettere che i processi di regressione dei sistemi democratici si sta diffondendo, ivi compreso all'interno dell'Unione Europea. Eppure, la reazione in Occidente non ha avuto l'ampiezza che questa affermazione (e candidatura) meritava, sia sul piano politico (all'eccezione di brevi dichiarazioni di Macron e Tusk²¹) sia sul piano culturale. E quando dei commenti approfonditi sono stati proposti²², sono passati sotto silenzio, anche perché prevale l'idea che siamo di fronte a sistemi "illiberali" ma democratici e non a veri e propri dispotismi di nuova generazione. Quale sia il senso di una democrazia illiberale non è affatto chiaro, se si esclude il mantenimento del momento delle elezioni, sulle quali pure si può discutere se siano davvero libere: intendo dire che aveva probabilmente ragione G. Sartori quando sosteneva che alla fine una democrazia illiberale sarebbe rimasta un guscio vuoto, senza democrazia.

Significa che tutta l'analisi precedente ci deve indurre a parlare di "crisi" della democrazia? Può darsi. Ciononostante, a mio parere, invece di crisi della democrazia, bisognerebbe parlare di "nuove sfide" per la democrazia: e certamente sono tante, anche se ci limitiamo solo alla breve rassegna analitica qui proposta.

Democrazia e Unione Europea

Per affrontare tutte queste sfide bisogna, a mio parere, partire dai valori fondamentali dell'Unione Europea, perché è in essi che troviamo le soluzioni: come ho scritto altrove²³, è nell'humus profondo della comune cultura europea che nascono l'elaborazione e la maturazione di quelli che sono i valori profondi dell'Europa, che ne caratterizzano la natura specifica. I valori fondatori dell'Unione sono la democrazia, il diritto (e i diritti), la libertà, la giustizia

²¹ Rispettivamente, com'è noto, Presidente della Repubblica francese e Presidente del Consiglio europeo.

²² Per esempio, Nadia Urbinati in "Corriere della Sera", 8 luglio 2019.

²³ Quello che segue è ripreso, con modifiche, da G. Vilella, *Essere Europei, etc.*, cit., pp. 148-154.

sociale, la diversità e la pace (Premio Nobel 2011), tutti insieme e non in alternativa²⁴. Questi valori si declinano in mille rivoli e vanno correttamente comunicati e difesi. Per un europeo:

- 1) al centro vi è l'uomo, la sua dignità inviolabile, i suoi diritti inalienabili. Donne e uomini hanno gli stessi diritti;
- 2) c'è un comune obiettivo: la pace e la libertà, la democrazia e lo stato di diritto, il rispetto reciproco e la responsabilità, il benessere e la sicurezza, la tolleranza e la partecipazione, la giustizia e la solidarietà;
- 3) bisogna preservare l'autonomia e le molteplici tradizioni, mentre le frontiere aperte e la vivace varietà di lingue, culture e regioni sono da considerare fattore di arricchimento;
- 4) bisogna formare secondo i nostri concetti e valori la crescente interdipendenza dell'economia a livello mondiale e la sempre più intensa competitività sui mercati internazionali;
- 5) bisogna impegnarsi affinché i conflitti nel mondo vengano risolti pacificamente e le persone non siano vittime di guerre, terrorismo o violenza;
- 6) bisogna favorire libertà e sviluppo nel mondo, reprimere povertà, fame e malattie e, in questo, assumere un ruolo guida;
- 7) nella politica energetica e nella difesa del clima bisogna assicurare il contributo affinché venga scongiurato il mutamento climatico;
- 8) il terrorismo, la criminalità organizzata e l'immigrazione illegale vanno combattuti insieme e i diritti civili e di libertà vanno difesi anche lottando contro i loro nemici;
- 9) razzismo e xenofobia non dovranno più avere una chance in Europa.

In verità abbiamo spesso assistito a partire dal secondo dopoguerra in Europa a vari casi in cui grossi rischi per la democrazia e la libertà sono emersi a livello nazionale: l'Unione è custode di questi valori e li difende, come dimostrato anche di recente con i casi di Polonia e Ungheria. Le sirene autoritarie conquistano terreno a fronte delle difficoltà e delle politiche inefficaci. Lucio Caracciolo²⁵ ha proposto il termine "democrazia" per indicare quei regimi autoritari che però non sono dittature: si tratta di modelli come la Russia e la Turchia, che però si stanno allargando ad altri Paesi, fra cui (secondo alcuni) anche

²⁴ Così R. Dahrendorf, *Erasmiani. Gli intellettuali alla prova del totalitarismo*, Laterza, Roma-Bari, 2007. Ma per comprendere la specificità dell'Europa rispetto alle altre regioni del mondo, vedi l'insuperato M. Telò, *L'Europa potenza civile*, Laterza, Roma-Bari, 2004.

²⁵ L. Caracciolo, *Democrazia*, in "la Repubblica", 7 marzo 2015.

l'Ungheria e la Polonia, membri dell'Unione Europea. Slavoj Žižek²⁶ ha suggerito una riflessione importante sul fatto che tra democrazia ed economia di mercato il legame sarebbe oramai rotto. Il capitalismo secondo l'autore si è facilmente adattato a regimi autoritari e a culture profondamente diverse da quella occidentale, mostrandosi così più esportabile del modello politico democratico: il modello cinese di capitalismo senza democrazia attira più di quello che può apparire. Sempre più analisti sono convinti che il modello si rafforza in primo luogo con la ricerca dell'uomo forte da parte delle classi "ansiose e insicure", in secondo luogo attraverso una "rinascita autoritaria" basata sulla convinzione che l'illiberalismo risponde meglio ai problemi derivanti dalle crisi. E non si tratta di episodi, ma di un movimento crescente. Il rischio di contagio c'è: le pressioni determinate dal terrorismo internazionale, dall'arrivo massivo (eccezionale) di migranti e rifugiati, le tensioni determinate dalla situazione economica provocano instabilità e favoriscono orientamenti populistici. Alberto Martinelli²⁷, dopo aver analizzato gli elementi che favoriscono il crescere del populismo anti-establishment, anti-europeista, nazionalista e isolazionista, offre la lista delle risposte di carattere strutturale a questa deriva: "onestà, riformismo realistico, efficacia decisionale, trasparenza e *accountability* per i governi, vigilanza critica e partecipazione democratica per i cittadini". In effetti, come sottolineato da molti, non è con la demonizzazione (tentativo di delegittimazione) dei movimenti di protesta e dei "populismi" che li cavalcano che si risolve il problema, ma è con le risposte efficaci alle questioni gravi che si presentano. Però, è anche vero che le critiche alle risposte date di volta in volta sono spesso dei pregiudizi, non sono approfondite, e si basano sulla spettacolarizzazione e l'effetto drammatico, più che su una valutazione equilibrata e (soprattutto) su una corretta distribuzione delle responsabilità. Una parte delle reazioni anti-élite e anti-europee viene alimentata, credo, dal modo in cui si comunica l'informazione e si commentano le decisioni. La sfiducia verso i partiti e le istituzioni, che così sono vissuti come non-portatori di soluzioni, alimenta il distacco dei cittadini, alza il livello di astensionismo e favorisce l'indebolimento della democrazia, in un circolo vizioso²⁸.

²⁶ Vedi "Corriere della Sera", 3 febbraio 2015.

²⁷ A. Martinelli, *L'ascesa del populismo può essere arginata*, in "Corriere della Sera", 18 aprile 2016.

²⁸ Il dominio dell'economia, la scarsa partecipazione dei cittadini, il rafforzarsi di oligarchie sono fra gli elementi che secondo G. Preterossi, *Ciò che resta della democrazia*, Laterza, Roma-Bari, 2015, alimentano la crisi delle nostre società. Secondo l'autore il recupero dello Stato sociale, della dignità e dei diritti è la via per il superamento della crisi.

Senza l'Unione Europea il processo che porta verso la "democrazia", "l'uomo forte", "la rinascita illiberale" e verso un capitalismo senza democrazia si sarebbe già messo in marcia: è ormai chiaro che solo grazie all'esistenza dell'Unione si sono potute fino ad oggi arginare le spinte illiberali (autoritarie) nazionali, perché il livello europeo è il livello in cui i valori di democrazia e libertà si possono difendere: si capisce, dunque, perché l'Europa è il primo obiettivo di chi vuole far sprofondare la democrazia. L'UE è stata la culla, prima, e fra i più forti difensori, dopo, dei diritti universali della persona. Ma l'Europa, l'Unione nello specifico è andata ben più lontano sviluppando quei diritti ed elaborandone di nuovi: l'adozione della Carta europea dei diritti fondamentali ne è l'esempio più eclatante. Nella Carta si ritrovano diritti già esistenti e nuovi diritti che rispondono al mondo attuale, come per esempio la disabilità, l'orientamento sessuale, il divieto di clonazione e così via. La Carta è divisa in diversi titoli che esplicitano i settori e i loro contenuti concreti²⁹. C'è la "dignità", che comprende anche l'integrità della persona e il divieto di tortura e schiavitù. C'è la "libertà", che comprende il rispetto della vita privata e della vita familiare, il diritto di sposarsi e costituire una famiglia, le libertà di pensiero, di coscienza, di religione, di espressione di assemblea, oltre al diritto all'istruzione, al lavoro, alla proprietà e all'asilo. C'è la "uguaglianza", che comprende la non discriminazione, il rispetto della diversità culturale, religiosa e linguistica, oltre che i diritti del bambino, degli anziani e dei disabili. C'è la "solidarietà", che comprende i diritti dei lavoratori e il diritto alla sicurezza sociale, alle cure mediche, i principi della protezione dell'ambiente e dei consumatori. C'è la "cittadinanza", che comprende il diritto alla buona amministrazione e l'accesso ai documenti, oltre alle libertà di circolazione e soggiorno. C'è infine la "giustizia", che comprende il diritto al giudice imparziale e il diritto alla difesa e non ripetizione del giudicato, oltre ai principi della legalità e della proporzionalità. Questi sono valori fondamentali che sono inviolabili e devono essere accettati e rispettati da chiunque voglia far parte della nostra società, e tale rispetto è il solo metro di misura della convivenza civile e dello sviluppo della società: che si tratti di musulmani o di chiunque altro, bisogna riconoscere ad ogni comunità e a ogni individuo i diritti, ma bisogna anche imporre i doveri legati alle responsabilità civili e al rispetto di questi valori.

²⁹ Per una breve e sintetica, ma esaustiva descrizione vedi: R. Raffaelli, *La Carta dei diritti fondamentali*, in *Note Sintetiche sull'Unione Europea*, Edizione luglio 2014 (Lussemburgo).

Nuova legislatura europea e nuova Commissione

Le elezioni europee del maggio 2019 sono state di particolare importanza per il ragionamento che sto sviluppando. Quelle elezioni sono state definite spesso dai commentatori come “storiche”: generalmente il motivo di questo aggettivo è l’alto livello di partecipazione al voto che è stato del 50,62% per la prima volta in risalita dal 1979. Fra i vari motivi che hanno spinto l’elettorato a partecipare ce ne sono due a mio parere determinanti: l’attenzione a una nuova comunicazione e la tensione politica che si era determinata durante la campagna elettorale.

Per quanto riguarda la comunicazione³⁰, è stato messo bene in evidenza che, fra i problemi da affrontare nel comunicare l’Europa, uno dei più grandi è la mancanza di conoscenza sul funzionamento delle sue istituzioni, non solo a livello di cittadini ma anche a livello di media e di politici. Il secondo problema deriva dal fatto che i media nel comunicare l’Europa generalmente non si concentrano sulle politiche della UE e i dibattiti che le sottendono. Un terzo problema è che è oggettivamente difficile rendere con linguaggio semplice situazioni che sono estremamente complesse³¹. A queste osservazioni bisogna aggiungere alcune che completano il quadro: l’esistenza di una competizione nella comunicazione tra il livello nazionale e quello europeo, e la necessità di costruire una “coscienza” europea basata sulla fiducia³².

Insomma, come si vede la riflessione sull’importanza della comunicazione per le elezioni europee del 2019 era molto intensa, certamente superiore al passato. In tal senso l’amministrazione del Parlamento Europeo (il diretto interessato!) ha fatto uno sforzo eccezionale, coronato da successo, adottando un approccio complesso basato sugli elementi seguenti:

- concentrarsi sui giovani;
- combattere la disinformazione;
- utilizzare i data per fare una comunicazione mirata: conoscere chi si vuole raggiungere, con quale messaggio, su quale piattaforma e in che momento;

³⁰ Per questo specifico tema confronta quanto ho scritto nel mio G. Vilella, *Working methods etc.*, cit., p. 21 e p. 87.

³¹ Queste tre osservazioni sono di D.M. Sassoli (attuale Presidente del Parlamento europeo) nella sua Conferenza su *La necessità di una corretta comunicazione in vista delle elezioni europee*, tenuta all’Istituto Universitario Europeo, Firenze, il 19 novembre 2018. Sul piano scientifico accademico, la migliore analisi sulle conseguenze della complessità è di D. Innerarity, *La Democrazia en Europa*, Galaxia Gutenberg SL, Barcelona, 2017.

³² Queste ulteriori osservazioni sono di Jaume Duch (portaparola del PE) nel suo discorso all’evento Communicationg Europe, tenuto all’Istituto Universitario Europeo, Firenze, 1-2 aprile 2019.

- decentralizzare le iniziative di comunicazione;
- decidere la priorità dei messaggi;
- lavorare con alleati esterni, come per esempio le celebrità.

Ma anche altri attori si sono impegnati in questa campagna proattiva. Fra essi c'è anche l'Istituto Universitario Europeo di Firenze, che ha organizzato³³, proprio in vista delle elezioni, una giornata di studio intitolata "*Elezioni europee: che c'importa?*" e io sono stato invitato al panel nel dibattito d'apertura dell'evento³⁴. Quel "che c'importa" del titolo l'ho trovato molto intelligente e pertinente. In quell'occasione a noi relatori sono state poste varie domande, semplici e dirette, e proprio per questo interessanti: la prima delle domande era "cosa c'importa delle elezioni europee?". Per rispondere alla domanda, ho cominciato col denunciare un paradosso: le critiche e le accuse più pesanti che si fanno all'Unione Europea riguardano temi e settori che non sono di sua diretta competenza: immigrazione, politica estera, terrorismo, addirittura nazionalismo regionale e così via. Perché questo accade? cosa succede? L'Unione Europea è (grazie al Consiglio europeo, divenuto istituzione) il luogo in cui oggi gli Stati membri provano a trovare un accordo sui grossi problemi, anche al di là delle competenze propriamente dette dell'Unione. Il che, in sé, è un dato positivo. Il fatto è che quando l'accordo non si trova (cioè spesso) è un fallimento degli Stati, però esso appare o è fatto passare come un fallimento dell'Unione, maliziosamente definita col termine generico Europa. Un'Europa spaccata, che non decide, lontana e così via, sono gli epiteti più in uso. Quindi: che m'importa delle elezioni europee? M'importa, ho risposto, che l'Unione Europea possa prendere decisioni a livello sovranazionale anche in questi settori, oggi non di competenza. D'altra parte, non si parla mai delle grandi conquiste fatte dall'Unione Europea nei settori che invece sono di sua competenza: se prendiamo l'ambiente, i consumatori, i trasporti, la circolazione, l'economia, i grandissimi progressi fatti dall'Unione hanno reso la mia vita (non dieci o cento ma) mille volte migliore di quando ero bambino e adolescente. Di questo non si parla e a me importa, ho aggiunto, che l'UE continui ad occuparsi e regolare questi settori. Ho poi concluso dicendo che m'importa molto che continui ad esistere questo spazio di pace che è l'Unione Europea, di cui il Parla-

³³ Oltre alle conferenze sul tema che ho appena citato.

³⁴ L'evento, organizzato nell'ambito del Festival d'Europa, ha avuto luogo a Firenze il 12 maggio 2019. Oltre alla tavola rotonda iniziale sono stati tenuti seminari su vari temi, prima delle conclusioni del presidente EUI, prof. R. Dehousse.

mento europeo è un pilastro che bisogna continuare a consolidare, anche con il contributo della sua amministrazione³⁵.

Per quanto riguarda la tensione politica che si era determinata durante la campagna elettorale, bisogna dire che l'elemento dirompente rispetto al passato è stato proprio l'obiettivo dichiarato dei populisti-sovrani di assumere la guida dell'Unione Europea, di fare il "sorpasso" delle forze politiche tradizionali, sorpasso che alcuni davano come realistico. Ciò ha alimentato un dibattito che ha favorito la coscienza dell'importanza delle elezioni europee. Durante la fase che ha preceduto le elezioni lo sfortunato candidato PPE al posto di Presidente della Commissione Europea, Manfred Weber³⁶, è stato l'unico a spingersi avanti in una proposta politica diretta ai populisti: alla fine del 2018, a qualche mese di distanza dalle elezioni europee, ha proposto di aprire un dialogo fra popolari e sovranisti, e coinvolgere Orbàn e Salvini nella discussione delle politiche europee. Tutto al contrario, nello stesso periodo il presidente francese Macron si poneva chiaramente come antagonista e radicalmente alternativo ai sovranisti con interventi duri a sostegno dell'UE, anche davanti al PE, fin dall'aprile 2018³⁷.

Comunque, l'obiettivo dichiarato dei populisti-sovrani di assumere la guida dell'UE non si è realizzato. Il risultato delle elezioni europee a livello continentale differisce sensibilmente dalla percezione che si può avere sulla base dei risultati in Italia (o anche parzialmente in Francia): il PE è ora costituito da sette gruppi politici, di cui quattro sono dichiaratamente europeisti e insieme costituiscono il 69% dello spettro politico, poi c'è l'estrema sinistra che certo non si presenta come apertamente antieuropea, mentre i gruppi dichiaratamente euroscettici e sovranisti (o anche antieuropei) sono due per un totale del 18% dei componenti del PE. Questo è un dato importante, ma non deve produrre una distorsione ottica che impedisca di vedere le sfide che bisogna affrontare:

- Le istanze sovraniste ci sono.
- Il disagio per le scelte europee esiste.
- Come anche la distanza dai cittadini, nonostante l'aumento della partecipazione elettorale

³⁵ Un'impostazione simile, ma strutturata in maniera molto più didattica, l'ho utilizzata nella Lezione/Conferenza (*Unione Europea: errori e malintesi*) tenuta al Liceo Rinaldini di Ancona il 2 marzo 2019 agli studenti di ultimo anno, che avrebbero votato per la prima volta.

³⁶ Il termine "sfortunato" è usato nel senso che, nonostante fosse stato designato candidato di punta del PPE (*spitzenkandidat*) e nonostante che il PPE fosse divenuto il primo gruppo politico al PE, la sua candidatura è stata alla fine messa da parte nella scelta del presidente CE.

³⁷ Per verifica si possono vedere i vari servizi giornalistici de "La Stampa" del 7 settembre 2018, "Corriere della Sera" e "La Stampa" del 30 agosto 2018.

- L'indebolimento della democrazia è evidente.
- Le paure populiste non sono sparite.
- E anche un'idea di Europa per il futuro non è certo una cosa solida.

Queste sfide vanno accolte con un progetto politico e non con alleanze politiche occasionali: ma l'avvio della legislatura non è stata affatto caratterizzata da questo elemento. Al contrario, all'inizio si è avuta l'impressione di rispondere alle vecchie logiche, ai conflitti di parte e anche il risultato dell'elezione del presidente della CE ne è l'indice preoccupante.

Il risultato dell'elezione del Presidente della CE, Ursula von der Leyen³⁸ (VDL), da parte del Parlamento europeo è infatti un dato importante: si è trattato di un'elezione di misura, con soli 383 voti a favore, pochissimi voti sopra la maggioranza assoluta necessaria, ma molti voti in meno di quella che avrebbe potuto essere una larga maggioranza europeista. In teoria EPP, S&D e RE avrebbero potuto sostenere la candidata, ma all'interno di ciascuno di questi gruppi si erano formate fronde contrarie che si sono materializzate nello scrutinio segreto. Molti commentatori a Bruxelles hanno sottolineato come sia difficile per i leader poter affermare di parlare a nome dei loro MEP. Ma questo è da verificare nel concreto quotidiano. Un avvio di mandato difficile, che ha fatto seguito a un avvio di nuova legislatura altrettanto se non proprio più difficile. Prima di arrivare a scegliere VDL il Consiglio europeo aveva registrato dei gravi fallimenti nelle riunioni collegiali e bilaterali tenute a Bruxelles prima e dopo il G20 di Osaka. Poi però il Consiglio europeo aveva indicato la candidata all'unanimità. I due avvenimenti, le difficoltà di scelta da parte del Consiglio europeo e il voto risicato del PE mostrano che il meccanismo decisionale non è ideale, ma soprattutto a mio avviso mostrano l'incapacità di adottare una chiara linea politica che risponde alle sfide che derivano dai risultati elettorali.

Comunque VDL non era stata *spitzenkandidat* e ha quindi bloccato questo metodo di elezione, ma al contempo, proprio per questo motivo, ha assunto un ruolo più debole davanti ai gruppi parlamentari nel senso di dipendere molto più dalle loro indicazioni di quanto non fosse stato Juncker che aveva potuto presentare la sua agenda in quanto candidato di punta nelle elezioni europee. Questo significa che tutto il mandato di VDL sarà difficile, una corsa a ostacoli? Trovare l'equilibrio generale, compreso quello di genere non sarebbe stato facile. Per esempio, quando VDL ha presentato la proposta per la nuova Commissione, ha inserito fra i vari mandati quello di un commissario (vice-pre-

³⁸ La prima donna nella storia dell'Unione a divenire presidente della CE: un fatto di per sé straordinariamente positivo.

sidente) alla “protezione del modello di vita europeo”, cosa che a me era parsa straordinariamente bella e opportuna. Sorprendenti sono state le polemiche sollevate, secondo le quali questa proposta contrasterebbe con l’apertura che l’UE deve alle altre culture e alla politica di immigrazione: secondo i critici, sarebbe un ripiego identitario e comunque bisogna scindere modo di vita europeo da immigrazione e sicurezza.

A settembre la Commissione giuridica del PE ha respinto le candidature dei commissari rumeno e ungherese, rispettivamente socialista e conservatore, per chiaro conflitto di interessi che, secondo il PE, impedirebbe ai due “di esercitare le proprie funzioni conformemente ai trattati e al codice di condotta”. Successivamente è la candidata francese che viene respinta dal PE, ma questa volta a seguito dell’audizione durante la quale sono stati evidenziati motivi etici. Il fatto che questa candidata appartenesse al gruppo liberale ha fatto dire a qualche commentatore che forse si trattava di vendetta politica, cosa strenuamente negata dai MEP coinvolti. La conseguenza di queste vicende è stata il rinvio del voto di fiducia (investitura) della nuova CE e quindi della sua entrata in funzione: un elemento molto negativo politicamente, che aggravava la situazione determinata dalla elezione “precaria” della presidente VDL nel luglio precedente. Ma i guai non erano finiti: in novembre, infatti, altri due intoppi facevano ostacolo al percorso della nuova CE, la bocciatura del secondo candidato ungherese e il rifiuto del governo britannico di indicare un candidato commissario: un caos politico si profilava. Eppure, alla fine, con fatica, si è trovata la quadratura del cerchio.

Durante la Plenaria del PE di novembre 2019, cioè con un mese di ritardo nei tempi istituzionali, la presidente VDL e il suo collegio di commissari ottengono 461 voti a favore e 157 contrari (89 astenuti), risultato che è certamente un successo politico per la nuova Commissione europea, o come qualcuno ha detto “un buon inizio”: la nuova CE è entrata in carica il successivo 1° dicembre. Non solo per la prima volta nella storia la presidente è, appunto, una donna, ma anche la Commissione ha il maggior numero di donne di sempre e si pone come obiettivo di raggiungere la parità di genere in tutti i livelli di gestione entro la fine del mandato. In vetta alle priorità politiche della nuova CE c’è la difesa dell’ambiente e la neutralità climatica, seguita da settori come crescita sostenibile, flessibilità finanziaria ed altro: ma nel suo discorso la presidente ha anche sottolineato che “l’Unione è orgogliosa dei propri valori e dello stato di diritto”, basi di ogni azione. Ed infatti la nuova Commissione intende rilanciare e rafforzare la democrazia europea, anche attraverso l’utilizzazione di tutti gli strumenti messi a disposizione dalla eDemocracy, dalla democrazia digitale. VDL e il suo collegio hanno cioè messo chiaramente la difesa della de-

mocrazia alla base della loro attività e considerato la democrazia digitale parte essenziale del rafforzamento della democrazia *tout court*.

Conclusioni

Evidentemente la valutazione dell'azione della CE non può che farsi sui fatti, quindi bisognerà aspettare e sicuramente ci ritorneremo. Ciononostante, per me è fondamentale ed estremamente positivo quello che VDL e il suo collegio, con il sostegno del Parlamento europeo, hanno fissato come punto di partenza: infatti, in esso troviamo proprio l'intuizione annunciata all'inizio di questo articolo, cioè la difesa della democrazia a livello europeo e il suo sviluppo grazie alle tecnologie. Tutto ciò non fa che alimentare il mio ottimismo sul ruolo positivo delle tecnologie sulla democrazia moderna, ottimismo espresso in varie occasioni³⁹: solo grazie alle tecnologie, infatti, la democrazia moderna può allargare i suoi confini e aprirsi ai cittadini in maniera sostanziale.

Tuttavia, il mio approccio positivo non mi fa dimenticare, mentre mi avvio a concludere, che i rischi per la democrazia derivanti dalle nuove tecnologie non sono né pochi né secondari. In una bella sintesi che riguarda il sistema nell'insieme, L. Violante⁴⁰ mette in luce come non si tratti più di semplici innovazioni, bensì di un vero e proprio cambio di paradigma. La società digitale è infatti caratterizzata, secondo l'autore:

- dalla disintermediazione;
- dal superamento della rappresentanza, e comunque dal suo ridimensionamento nell'immediato;
- dalla decisione politica diretta;
- dalla negazione delle élites politiche e della conoscenza;
- dal referendum propositivo in concorrenza con la legislazione di iniziativa parlamentare;
- dalla leadership basata sui followers prima che dai voti.

Tutti elementi pericolosi per la democrazia, ma il più pericoloso è, per l'autore, il vanto della disintermediazione che in verità è un inganno: infatti ci sono

³⁹ Per esempio, ma non solo, in G. Vilella, *Introduzione alla E-Democracy. Nuova etc.*, cit., e in G. Vilella, *Working methods of the etc.*, cit.

⁴⁰ L. Violante, *Rifondare la democrazia nella società digitale*, "Corriere della Sera", 26 ottobre 2019, p. 24.

i nuovi mediatori in rete, ma non sono visibili, non sono scalabili, non ci sono regole né contropoteri.

E sono proprio gli intermediatori invisibili la preoccupazione di F. Foer⁴¹ che analizza come le grandi piattaforme digitali utilizzano i nostri dati, come hanno saputo trasformare queste informazioni in valore essenzialmente economico. L'autore mostra come da questo punto di partenza scopriamo che quelle compagnie sono in grado di influenzare, anzi di cambiare il modo di ragionare, di scegliere gli oggetti da comprare, di fare fiducia al politico, cioè in sostanza la nostra condizione di cittadino, consumatore e persona. Sulla stessa linea segue la riflessione di G. Lovink⁴², secondo il quale “le piattaforme come Google e Facebook sono progettate per incanalare gli utenti dentro percorsi obbligati che generano disagio”. Si tratta di sistemi centralizzati, cioè l'esatto contrario dell'idea di rete che in sé è decentralizzata e distribuita, e questa centralizzazione implica un totale controllo dell'utente che si sente in trappola, perché pur a disagio non può uscirne.

Non è un caso quindi che l'anno 2019, ma in parte anche quello precedente, è stato caratterizzato dal crescere della domanda di forme di regolazione per le grandi piattaforme digitali. È l'analisi che conducono M. Delmastro e A. Nicita⁴³, i quali ricordano che sono stati prodotti molti rapporti sui rischi di monopolio (o oligopolio) nell'intermediazione, sulla riduzione del pluralismo, e sulle strategie di disinformazione e malinformazione in rete (online): authority, commissioni parlamentari, enti di ricerca e altri organismi in ogni angolo del mondo si sono cimentati in questo esercizio. Il quesito comune è se la regolazione pubblica sia necessaria per contrastare quei rischi, ma anche la risposta positiva richiede di capire quale sia il reale impatto di questa regolazione: il rischio che si producano risultati inefficienti o distorsivi è molto concreto. Prima di giungere a una valida regolazione, dicono gli autori, forse sarebbe utile attivare autorità di coordinamento, composte di *audit* e di *inspection* al fine di fornire tutti gli elementi utili a una corretta ed efficace regolazione che porti a un “nuovo Web”.

Tutti i commenti qui sopra richiamati sono fondati. Eppure non bisogna mitizzare lo stato di cose precedente. Mi pare infatti importante ricordare il

⁴¹ F. Foer, *I nuovi poteri forti come Google, Apple, Facebook e Amazon pensano per noi*, Longanesi, Milano, 2018.

⁴² G. Lovink, *Nichilismo digitale. L'altra faccia delle piattaforme*, EGEA - Bocconi Editore, Milano, 2019.

⁴³ M. Delmastro, A. Nicita, *Big Data – Come stanno cambiando il nostro mondo*, Il Mulino, Bologna, 2019.

monito di S. Cassese, il quale mette ben in chiaro⁴⁴, in maniera molto determinata, che la rappresentanza come noi l'abbiamo conosciuta, non è un rapporto binario elettorato-rappresentante, bensì ternario dove un intermediario, per lo più il partito politico, opera le scelte politiche e dei candidati: l'elettorato interviene alla fine per approvare e selezionare le scelte fatte dall'intermediazione. La democrazia, dice Cassese, ha cominciato a soffrire nel momento in cui i partiti politici hanno perso i legami con la società e quindi il sistema ternario non funziona più come si deve. E non per colpa della digitalizzazione⁴⁵, aggiungo io, né a causa degli attori che la digitalizzazione utilizzano a pieno. Ed è su queste note interlocutorie che mi sembra opportuno chiudere la presente riflessione.

⁴⁴ In S. Cassese, *Il popolo e i suoi rappresentanti*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, 2019.

⁴⁵ Per un'analisi acuta di come evolvono la rappresentanza, il rapporto tra rappresentante e rappresentato, nonché la partecipazione politica con l'avvento di internet, vedi T.E. Frosini, *Internet e Democrazia*, in "Il Diritto dell'Informazione e dell'Informatica", n. 4-5, 2017 (pp. 657-671). L'autore mostra come internet rappresenti un'opportunità di rafforzamento della democrazia, ma non ignora i dubbi che si possono sollevare quanto alla funzionalità delle procedure in democrazia: nell'uno come nell'altro caso l'autore offre tantissime suggestioni.

Luca Balestrieri

Usa-Cina: la Grande Sfida del secolo

Una chiave di lettura si impone per affrontare gli anni '20: è l'intreccio tra la nuova fase della rivoluzione digitale (intelligenza artificiale, 5G, cognitive automation) e il passaggio dal mondo unipolare, uscito trent'anni fa dalla guerra fredda, al nuovo assetto multipolare, caratterizzato dalla competizione tra Stati Uniti e Cina per l'egemonia globale. Questo intreccio ha una ragione non contingente. Le trasformazioni tecnologiche e industriali, avviate negli anni '10 e destinate ad accelerare nel decennio che si è aperto, da un lato hanno infatti bisogno di protagonismo dello Stato (l'innovazione ha bisogno di politiche e di progettualità), dall'altro costituiscono il motore dello sviluppo e della competizione tra le economie – e dunque, in un mondo in cerca di equilibri geopolitici – lo strumento per la lotta politica per l'egemonia.

Analizzare la nuova fase della rivoluzione digitale significa perciò anche chiedersi cosa stia avvenendo sul piano del rapporto tra Stato e mercato, tra potere statale e grandi protagonisti dell'industria mondiale; e chiedersi come questo stia modificando, e in certi casi rovesciando, le tendenze ormai pluridecennali ad una sempre più intensa globalizzazione. Ciò che ci si ripropone – ancora una volta – è perciò una riflessione sul compromesso tra Stato e mercato e, in sostanza, sulla nozione di sovranità; tanto più necessaria in quanto le esigenze delle strategie di sviluppo tecnologico e industriale e quelle di organizzazione globale delle egemonie politiche fanno emergere la tendenza ad una specializzazione centro-periferia che riscrive la geografia del potere e crea spazi egemonici (imperiali?) fondati sulla diseguaglianza di potere tecnologico.

1. Una nuova fase della rivoluzione digitale

Gli anni '20 del XXI secolo non saranno la semplice prosecuzione degli ultimi tre decenni di trasformazione digitale. Ci proporranno piuttosto un balzo attraverso una discontinuità tecnologica radicale che produrrà rotture e sperimentazioni, non solo sul piano economico e industriale, ma anche su quello sociale, culturale e politico.

Perché parliamo di una seconda fase della rivoluzione digitale? Alla fine degli anni '10, tecnologie maturate nel corso del decennio hanno rivelato appieno le potenzialità di ciascuna di esse e – soprattutto – della loro interazione sistemica, creando o preannunciando discontinuità fondamentali in termini di organizzazione della produzione e del consumo, di governo dei processi innovativi, di strutturazione degli spazi economici e sociali, investendo inoltre in modo pervasivo ed esplicito la sfera degli individui, dei loro diritti e della socialità. Fondamentale è stata la crescita della capacità di calcolo, grazie alla rincorsa di super-computer ormai lanciati verso la scala degli exaflop (un exaflop corrisponde a un miliardo di miliardi di operazioni al secondo, l'ordine di grandezza che consentirà di simulare su computer il funzionamento di un cervello umano): rincorsa nella quale Cina e Stati Uniti si contendono ormai il primo posto. Per quanto possa sembrare enorme, questa capacità di calcolo non sarà sufficiente a supportare negli anni '20 gli sviluppi dell'intelligenza artificiale; e dunque la competizione tra Stati Uniti e Cina si è spostata sul terreno delle tecnologie quantistiche, nel quale il mondo dei bit è sostituito dagli esoterici qubit, o bit quantistici. In questa corsa al primato nel computing l'intreccio tra pubblico e privato si impone come motore dei progetti e delle iniziative tanto in America quanto in Cina. Se Google a fine 2019 ha rivendicato il raggiungimento della quantum supremacy, ossia la realizzazione di un computer quantistico in grado di risolvere problemi che nessun calcolatore tradizionale potrebbe affrontare, la regia della ricerca americana è pubblica, attraverso finanziamenti a università e laboratori, e mediante l'azione coordinata di istituzioni governative come il Dipartimento per l'Energia.

Una crescente capacità di calcolo, disponibile anche senza infrastrutture fisiche, perché in cloud, è necessaria per elaborare l'enorme massa di dati la cui produzione costituisce l'aspetto forse più conosciuto e discusso dell'attuale fase della rivoluzione digitale: finalmente infatti ci si è accorti di quali dimensioni abbia raggiunto l'estrazione di dati dalla nostra vita quotidiana e quali rischi ciò ponga per la privacy, la tutela dei diritti, la stessa democrazia. L'espressione *capitalismo della sorveglianza* è ormai diventata corrente e coglie il nesso tra sviluppo digitale e trasformazione degli individui, dei loro comportamenti e delle loro relazioni in materia prima per gli oligopoli digitali.

I dati sono materia prima perché costituiscono la sostanza di cui si nutre l'intelligenza artificiale, che ha costituito la seconda grande discontinuità tecnologica degli anni '10 e rappresenta il cuore delle trasformazioni in incubazione nel decennio attuale. La svolta è stata rappresentata dal *machine learning*, l'approccio – statistico e non deterministico – che modella l'intelligenza artificiale richiamandosi al funzionamento delle reti neurali, sempre più stratificate

in una logica di *deep learning*. L'intelligenza artificiale è così in grado di guidare un'auto senza conducente o uno stormo di droni da combattimento, di rendere operativa una fabbrica intelligente integrandosi con la robotica (*cognitive automation*) o di svolgere senza assistenza umana attività nei servizi quali l'analisi di documentazione legale o la gestione della logistica.

Accanto ai dati prodotti dagli individui, il machine learning si può alimentare con quelli generati dai miliardi di oggetti più o meno intelligenti e dalle decine di miliardi di sensori che consentono di progettare *smart cities*, manifatture intelligenti e scenari di guerra 4.0: l'*Internet-of-Things*, ossia la possibilità di connettere il mondo materiale alla rete, generando i dati con i quali l'intelligenza artificiale può governare sistemi complessi come una fabbrica o una rete di trasporti, è la terza grande discontinuità tecnologica degli anni '10.

Siamo dunque in presenza di un *cluster tecnologico* fondato sull'interazione e l'integrazione di tecnologie, quali i supercomputer "classici" o quantistici, il cloud, l'intelligenza artificiale, l'*Internet-of-Things*, la *cognitive automation*; una convergenza tecnologica che ha la stessa potenzialità rivoluzionatrice della convergenza che, dagli anni '80 del secolo scorso al primo decennio del nuovo secolo, ha portato all'integrazione di informatica e telecomunicazioni, rivoluzionando ogni aspetto della vita economica, della società e anche della produzione e del consumo di cultura.

Perché questa convergenza manifesti tutto il suo potenziale, occorre un ultimo tassello: il 5G, la tecnologia delle reti mobili ultraveloci ed estremamente efficienti, che consentiranno la connessione tra oggetti e intelligenza in tempo quasi istantaneo, con una latenza – ossia un ritardo tra emissione e ricezione – così bassa da rendere possibile l'auto o il treno senza guidatore, o il coordinamento di tutti i sistemi intelligenti delle *smart cities*. Non è un caso che la corsa al primato tecnologico e industriale per il 5G abbia portato lo scontro tra Stati Uniti e Cina in piena evidenza, anche se è solo un aspetto del confronto, al contempo per la supremazia industriale e per l'egemonia geopolitica, tra le due superpotenze.

Soprattutto, il 5G ha portato in primo piano il ruolo che lo Stato e le sue strategie svolgono in questa competizione. Sta emergendo una significativa convergenza di modello d'innovazione tra Stati Uniti e Cina, che per molti versi porta in secondo piano le ovvie differenze nel modello economico e sociale. Ciò che accomuna i due contendenti è il ruolo progettuale che ha lo Stato, la sua funzione di cerniera tra sistemi pubblici e imprese private, la ricerca di nuovi equilibri o compromessi tra mercato e potere statale.

2. *Modelli d'innovazione convergenti*

Questo ruolo è esplicito e ben definito in Cina. L'evidenza di una strategia d'innovazione, che punta a posizionare l'industria cinese nelle prime posizioni in settori tecnologicamente di punta e, anzi, a competere per la leadership mondiale in alcuni di questi, emerge nella prima metà degli anni '10, in conseguenza della maturità di una fase della modernizzazione fondata sulla manifattura a bassa e media intensità tecnologica rivolta all'esportazione. Reso pubblico a metà esatta di quel decennio, il piano *Made in China 2025* esplicita in modo coerente la volontà della Cina di cambiare la propria collocazione nell'economia globale, risalendo le filiere dell'innovazione e posizionandosi come economia di manifattura avanzata e di servizi, ridefinendo il rapporto dell'industria nazionale nella globalizzazione, riducendo la dipendenza tecnologica da altri Paesi e consolidando da posizioni di forza l'integrazione nelle filiere produttive internazionali.

Made in China 2025, che va letto nel contesto di strumenti di pianificazione come il piano quinquennale 2016-2020 e gli aggiornamenti nel 2016 dei piani per le industrie strategiche, disegna un perimetro d'innovazione che riguarda non solo l'information technology, ma anche l'automazione intelligente, i treni ultraveloci, i nuovi materiali, le tecnologie per il settore medico e l'agricoltura. L'obiettivo è una manifattura intelligente, capace di produrre beni a elevato contenuto tecnologico attraverso processi produttivi riorganizzati attorno alla cognitive automation e alle reti di telecomunicazioni di ultima generazione, promuovendo nelle industrie high tech campioni nazionali in grado di sviluppare innovazione di frontiera, presidiare il mercato interno e competere efficacemente – e magari primeggiare – nei mercati internazionali.

Intelligenza artificiale, robotica e telecomunicazioni sono al cuore di una visione che mobilita capitali privati e risorse pubbliche, università e centri di ricerca: progettualità di sistema garantita dal potere statale, nelle sue articolazioni centrale e locale, e iniziativa delle imprese per attuare tale visione.

Niente come i progetti delle smart cities mostra questo modello di integrazione tra pianificazione pubblica e interessato coinvolgimento dei capitali privati, dai grandi oligopoli digitali come Alibaba, Baidu e Tencent alle start up finanziate dai fondi di venture capital istituiti spesso da un'alleanza di soggetti privati e pubblici. Senza alcuna sostanziale protezione per la privacy, i dati generati da questi enormi ecosistemi intelligenti che sono le smart cities sono messi a disposizione dei grandi apparati di Alibaba o Baidu, che li utilizzano per una gigantesca operazione di machine learning, che ha come risultato il perfezionamento dell'intelligenza artificiale che governa le reti di servizi delle smart cities stesse.

L'intreccio flessibile e pragmatico tra Stato e mercato percorre tutto l'orizzonte strategico cinese, sorprendendo per l'innovativa capacità di tenere assieme obiettivi d'impresa, ricerca del profitto e raggiungimento dei fini individuati dal pianificatore. Sorprende anche per la capacità di orientare rapidamente soggetti così diversi, dando anche accelerazioni e strappi. È il caso dei microprocessori e dell'intelligenza artificiale, nei quali si gioca gran parte della lotta per la supremazia negli anni '20.

La sottolineatura dell'indipendenza tecnologica in alcuni settori chiave deriva dalla percezione che lo sviluppo può essere messo in crisi da un'evoluzione conflittuale dello scenario della globalizzazione: nel 2014, ad esempio, il governo cinese vara le *Linee guida per lo sviluppo dell'industria nazionale dei circuiti integrati*, che punta a garantire la progressiva copertura del fabbisogno da parte della produzione nazionale, in un settore cruciale per tutta la strategia innovativa. Intuizione giusta, come dimostrato nel 2019, allorché Trump scatena la guerra contro Huawei anche tagliando la fornitura di una componente strategica come i microprocessori.

Nel 2017, un altro strappo: il governo lancia il *Piano di sviluppo della nuova generazione dell'intelligenza artificiale*, che collega esplicitamente la competizione tecnologica e industriale con la dimensione geopolitica. Nel piano infatti si legge che "l'intelligenza artificiale è diventata il nuovo punto focale della competizione internazionale", strategica sia per l'economia che per la sicurezza militare in quanto "l'intelligenza artificiale è una tecnologia che crea discontinuità, che può incidere sulla gestione del governo, sulla sicurezza economica, sulla stabilità sociale e anche sulla governance globale". L'obiettivo è perciò "costruire l'ecosistema" accelerando "l'integrazione tra l'intelligenza artificiale, l'economia, la società e la difesa".

Non stupisca questo esplicito nesso tra modello di innovazione, incentrato sul ruolo di regista dello Stato, e la competizione con gli Stati Uniti. Una visione molto simile è d'altra parte espressa da importanti documenti di visione strategica prodotti dall'amministrazione Trump, a riprova del fatto che la nuova fase della rivoluzione digitale sta trasformando a livello globale il rapporto tra Stato e mercato.

Si prenda ad esempio la *National Security Strategy* del 2017: "oggi la prosperità e la sicurezza dell'America – ammonisce il governo USA – sono messe in discussione da una competizione economica che si dispiega in un più ampio contesto strategico"; per questo gli Stati Uniti devono adottare una strategia che ridia forza all'economia nazionale e incoraggi l'innovazione, preservando il vantaggio tecnologico americano. Il focus è sull'intelligenza artificiale, sull'advanced computing, sulla data science, sui nuovi materiali, sulle nanotecnologie.

La *National Security Strategy* del 2017 utilizza un concetto che potrebbe trovar benissimo posto negli analoghi strumenti di pianificazione cinesi: parla infatti di *National Security Innovation Base*, per indicare un perimetro comprendente il governo, le imprese e le università coinvolte in un interdipendente sistema di ricerca di base, sviluppo applicativo e realizzazione di tecnologie con impiego commerciale ma, in potenza, con valenza militare.

Il governo americano si impegna perciò a collaborare con le imprese private per rafforzare la competitività degli Stati Uniti nei settori chiave della tecnologia e nello sviluppo della capacità manifatturiera. La nozione di *National Security Innovation Base* rappresenta un ampliamento del tradizionale riferimento alla *defense industrial base*, che nel periodo della guerra fredda con l'Unione Sovietica indicava un più limitato e definito insieme di settori industriali e imprese.

Allora, le risorse pubbliche si indirizzavano verso progetti militari (o la conquista dello spazio), le cui ricadute nell'economia civile non erano il primo obiettivo, anche se dopo la guerra fredda il governo americano, negli anni di Clinton, ha finanziato il trasferimento delle tecnologie dal settore militare a quello civile.

Adesso, con diverso approccio, si considera l'insieme dell'economia digitale fondamentale anche per la sicurezza: l'intelligenza artificiale o la cognitive automation o il 5G servono per la competitività dell'economia e – al contempo – hanno una ricaduta militare. Troviamo infatti in un altro documento dell'amministrazione Trump, la *National Defence Strategy* del 2018, l'affermazione che “la nuova tecnologia commerciale cambierà la società e, in definitiva, il carattere della guerra.”

A distanza esattamente di settanta anni dalla proclamazione della *Dottrina Truman*, che ha segnato nel 1947 l'inizio della guerra fredda con l'Unione Sovietica, con la *National Security Strategy* del 2017 Trump formula in modo diretto e inequivoco i termini di uno scontro altrettanto cruciale – almeno nella visione della nuova Amministrazione americana – per il futuro degli Stati Uniti e la loro posizione nel mondo.

I suoi punti essenziali restano da quel momento fissati in modo tra loro coerente, in qualche modo al riparo dalle improvvisazioni e dagli andamenti onddivaghi che, secondo molti osservatori, caratterizzano la politica internazionale di Trump. Anche se è ormai evidente un vuoto strategico nella politica estera americana, la dottrina Trump sulla competizione geopolitica tecnologico-industriale appare un punto fermo della strategia degli Stati Uniti, in qualche modo già prefigurato dall'amministrazione precedente e destinato a durare. La guerra tecnologica non avrà vita breve e con molta probabilità proseguirà anche

con un eventuale cambio dell'inquilino della Casa Bianca nelle elezioni del 2020.

Lo stesso Trump ha messo in prima persona il sigillo del governo sulla gara per il primato nell'intelligenza artificiale, firmando nel febbraio 2019 l'*Executive Order on Maintaining American Leadership in Artificial Intelligence*, un appello alla mobilitazione delle strutture di ricerca, delle agenzie federali e delle imprese, anche mettendo a disposizione delle imprese che sviluppano l'intelligenza artificiale i dati raccolti dalle agenzie del governo, utilizzando "i dati federali come asset strategico".

Due sistemi nazionali dell'innovazione in competizione, dunque, nelle tecnologie fondamentali per il primato industriale globale, tuttavia con modelli d'interazione tra Stato e mercato più simili di quanto non si immagini.

3. *Il 5G: la globalizzazione in libertà vigilata*

Il terreno nel quale la competizione è diventata scontro aperto è sul 5G. Come si è detto, questa è la tecnologia che mette a sistema nel modo più efficace l'intelligenza artificiale, l'advanced computing, la robotica, le reti di servizi delle smart cities e le linee produttive della manifattura intelligente. E alla fine degli anni 10 gli Stati Uniti si sono resi conto di quanto la Cina li abbia sorpassati proprio sul 5G.

Lo scontro che ne è scaturito mette in luce alcuni aspetti essenziali del nuovo intreccio tra Stato e mercato. Va innanzitutto chiarita una fondamentale distinzione tra guerre tecnologiche e guerre commerciali, che rischia di andar smarrita nella cronistoria dei rapporti tra Stati Uniti e Cina nell'era Trump. Le guerre commerciali, soprattutto con questa presidenza americana, hanno carattere spesso intermittente e imprevedibile, perché le mosse dei contendenti sono prevalentemente guidate da esigenze di tattica negoziale, con un frequente alternarsi di tensioni artatamente portate all'esasperazione e improvvise bonacce, o addirittura tregue e compromessi, come quello che all'inizio del 2020 sembrerebbe annunciarsi. L'obiettivo delle guerre commerciali è pragmaticamente misurato sui risultati della bilancia commerciale, su quanto possano esportare i farmer del Midwest, o sul saldo tra delocalizzazioni e ritorni in patria delle imprese americane. L'orizzonte è per lo più a breve termine, la gestione spregiudicata ma alla ricerca di guadagni tangibili e ravvicinati.

La lotta per la leadership tecnologica sulle industrie del futuro ha logica diversa: l'orizzonte temporale è di lungo periodo, l'impulso strategico prevale sul bisogno tattico in quanto la posta in gioco è l'egemonia economica e geopoliti-

tica. Le strategie in questo caso tragguardano al futuro e richiedono solidità progettuale e continuità, come dimostrato dal fatto che molte delle iniziative di politica dell'innovazione digitale dispiagate da Trump sono state impostate o addirittura avviate negli ultimi anni di Obama, quando a Washington si è cominciato a vedere nella Cina un reale avversario strategico.

La guerra industriale aperta da Trump contro il 5G cinese ha messo in evidenza due elementi. Il primo è l'intervento diretto di un governo non solo per difendere una propria industria strategica ma anche per scardinare la base tecnologico-industriale del proprio competitore geopolitico, interrompendone le supply chain nei gangli più vitali. Il secondo aspetto da sottolineare è che, pur di difendere o ricostruire un proprio primato tecnologico, non si esita a rovesciare le dinamiche della globalizzazione dei mercati, che proprio nell'integrazione transnazionale delle supply chain trova ragione di efficienza. Questo, più del protezionismo dei dazi, è un segnale di fine di una stagione, che nella globalizzazione garantita dalla iperpotenza americana ha trovato il proprio segno distintivo. Il rapporto tra politica e mercati cambia anche nella dimensione internazionale.

In un coerente sistema dell'innovazione, le specializzazioni, i brevetti, la capacità produttiva s'integrano in un sistema protetto: all'avversario non può esser consentito di trovarvi un punto debole, che gli permetta di sferrare un colpo tale da atterrare l'insieme della filiera industriale, o che anche solo gli consenta di minacciarlo. Negli anni della globalizzazione trionfante, le supply chain più strategiche si sono allungate su scala mondiale creando potenziali vulnerabilità: farne a meno significa scontare inefficienze, dovuta alla perdita di specializzazione e di economie di scala; ma questo sembra non importare nella nuova logica del confronto. Se la tecnologia diventa un'arma per la competizione geopolitica, la sola inefficienza che davvero conta è la vulnerabilità strategica.

Il *decoupling*, ossia la separazione tra supply chain americana e cinese nel 5G voluta dall'amministrazione Trump, è l'esempio di come la volontà politica di controllo sulla filiera industriale prevalga rispetto all'ortodossia del libero scambio. Quando è in gioco la lotta per la leadership geopolitica, allora è strategicamente preferibile interrompere l'integrazione, pur di proteggere e sostenere il proprio percorso d'innovazione e colpire l'avversario. La globalizzazione si scopre messa in "libertà vigilata" dalle strategie di Stati sovrani.

La guerra dell'amministrazione Trump al 5G cinese ha portato a un punto di non ritorno, perché un limite è stato irrimediabilmente superato con la dimostrazione che le più vitali arterie del sistema industriale possono essere aggredite per strategia politica. Si tratta di una svolta drastica e decisiva rispetto

alle regole implicite ed esplicite che hanno retto la globalizzazione negli ultimi trent'anni, secondo le quali il potere dello Stato sovrano avrebbe dovuto sempre più arretrare davanti al concerto sovranazionale e alla separata autonomia dei mercati. Sbaglia però chi accusa Trump di usare come pretesto la sicurezza nazionale per fini protezionistici, perché la crisi della globalizzazione deriva proprio dalla ritrovata coincidenza tra interesse di sicurezza strategica dello Stato e attenta tutela delle filiere tecnologico-industriali. Simmetricamente sbaglia anche chi, come l'amministrazione americana, accusa la Cina di distorcere il mercato con le sue politiche industriali, perché la politica di sistema tecnologico è l'inevitabile dimensione della competizione. La globalizzazione non è in crisi perché Trump o Xi Jinping stanno alterando le regole del gioco, ma perché la nuova fase della rivoluzione digitale produce discontinuità nella distribuzione del potere mondiale e impone nuove forme di conflitto economico e geopolitico.

La ricerca dell'autosufficienza tecnologica nelle filiere più strategiche diventa un vincolo necessario per esercitare un accettabile grado di sovranità sul proprio futuro; ciò significa essenzialmente ricostruzione di supply chain all'interno di un perimetro politicamente sicuro. Hanno così preso forma due strategie gemelle, negli Stati Uniti e in Cina, focalizzate sul controllo della *supply chain* del 5G. Queste strategie speculari mirano a interdire al rivale la costituzione di posizioni di sostanziale monopolio nella fornitura di componenti tecnologiche e, al contempo, acquisire a proprio vantaggio tali esclusive capacità produttive.

Non è però facile smontare l'intreccio tra industrie di Paesi diversi cresciuto negli anni della globalizzazione senza vincoli, dagli anni '90 alla metà del secondo decennio del XXI secolo. La filiera del 5G è fatta d'intrecci, nei quali la leadership di mercato è a geometria variabile. In una fase di globalizzazione non conflittuale, questo creava interdipendenze positive e vantaggi per tutti. In un'era di competizione per la leadership tecnologica, gli stessi intrecci sono fonte di timori, sospetti e ansietà sulla tenuta della propria sovranità economica e politica.

La ricerca di autosufficienza tecnologica è una strada che può portare molto lontano, anche nella direzione di un neocolonialismo 4.0. Assistiamo infatti non solo a politiche tese a ricostruire entro perimetri politicamente protetti le filiere tecnologiche e industriali più vitali, con un processo che – come si vede nell'approccio americano verso l'Europa in materia di 5G – impone anche vincoli di fedeltà e, in parte, di dipendenza; assistiamo anche ad una corsa dei centri forti del bipolarismo tecnologico verso le aree periferiche del mondo, in cerca di mercati e della materia prima fondamentale nell'era digitale, ossia i

dati. Lo scontro geopolitico tra Cina e Stati Uniti assume anche l'aspetto di una corsa dei rispettivi oligopoli digitali, spalleggiati dalle diplomazie e dall'influenza politico-militare, ad includere i Paesi periferici nella propria rete di infrastrutture e servizi. L'Africa sembra il terreno privilegiato di questa competizione dai tratti neocoloniali: sia Facebook che Google, ad esempio, gareggiano per creare infrastrutture digitali, a partire dai grandi cavi sottomarini che porteranno internet a tutto il continente aprendo mercati e raccogliendo i dati di un miliardo e mezzo di consumatori.

4. *Neo-interventismo*

Il potere dello Stato, che negli anni della globalizzazione trionfante sembrava destinato a sfumare nel più solido e pervasivo potere del mercato, sperimenta adesso – con un'inaspettata riscoperta della propria forza – forme nuove d'interdipendenza con la sfera dell'economia e con gli oligopoli digitali che ne sono al centro. La politica riprende le redini della strategia per competere nel mercato digitale, esplorando innovative forme di politica industriale.

Competizione geopolitica e lotta per la leadership tecnologico-industriale si sovrappongono: la sovranità è difesa con successo laddove si esprimono politiche capaci di governare i processi della rivoluzione digitale; per la stessa ragione, però, l'effettivo esercizio della sovranità diviene illusorio nelle periferie del sistema. L'alternativa, divenuta particolarmente lacerante negli ultimi tre decenni, tra sovranità nazionale e globalizzazione, cambia di segno, scivola in un altro paradigma. Non è più la tensione tra dimensione statale-nazionale e globalizzazione universalistica dominata dal mercato; al suo posto emerge la dialettica tra centri politico-statali, organizzatori di spazi in conflitto tra loro (anche se spesso inestricabilmente intrecciati e interdipendenti), e periferie sempre a rischio di subordinazione. Sono forme ancora embrionali di *imperi 4.0*. Sarà stretto lo spazio anche per l'Europa, davanti all'alternativa se diventare nel nuovo scenario un polo capace di sovranità oppure declassarsi a periferia del mondo digitale.

Il nuovo patto tra Stato e mercato sarà sottoscritto nei centri degli *imperi digitali*, non certo nelle periferie, e avrà modalità ancora da esplorare. Nella storia il potere politico e il potere economico hanno definito accordi di svariata natura: si ricorderà che il dominio britannico in India è stato fino al 1858 formalmente gestito attraverso una società privata, *The British East India Company*. Magari, nei nuovi imperi digitali anche Google e Facebook, Alibaba o Baidu possono ambire a essere la Compagnia delle Indie del XXI secolo. Il tema

della sovranità digitale si annuncia in ogni caso come questione centrale degli anni '20.

Svegliato dal torpore che l'ha contraddistinto nei decenni della prima rivoluzione digitale, il potere statale deve comunque tornare a prevedere, progettare, decidere.

Questa funzione di guida e di sostegno ovviamente ha forme e strumenti ben diversi in Cina e negli Stati Uniti: eppure, nelle specifiche forme, proprie del sistema politico e amministrativo dei due Paesi, la nuova trasformazione digitale è sostenuta dal potere statale in modo coerente, esplicito e pervasivo.

Stiamo dunque assistendo in Occidente a un'ennesima metamorfosi del potere statale? Certo, stringere un nuovo patto tra potere statale e mercato sarà in Occidente un processo fatto di tentativi, convergenze precarie e soluzioni provvisorie; sarà un percorso difficile e non scontato, perché gli oligopoli digitali hanno assaporato in questi decenni il gusto di un potere più ampio di quello mai goduto da soggetti privati nella storia delle rivoluzioni industriali. E tuttavia, con uno sguardo di lungo periodo, si può ipotizzare che al paradigma dello Stato neoliberista, a lungo egemone culturalmente, si stia sostituendo una visione neo-interventista, che riscopre la politica industriale di lungo respiro, ne misura l'efficacia sul terreno dell'innovazione digitale e la motiva sulla base delle esigenze di lotta geopolitica. La politica industriale diventa così strumento essenziale della sovranità degli Stati e la perdita della sovranità coincide con l'incapacità di reagire alle strategie digitali altrui.

Nella cornice della lotta mondiale per la leadership tecnologica, Stato e oligopoli digitali sono costretti a trovare una strategia condivisa anche per quanto riguarda l'estrazione della materia prima necessaria allo sviluppo dell'intelligenza artificiale e dei nuovi servizi e prodotti: ossia i dati prodotti dagli individui, dai sistemi territoriali, dalle macchine intelligenti. È ovviamente una questione che impatta brutalmente sui diritti individuali.

La Cina è un esempio di un sistema di raccolta dati, di cui le smart cities sono paradigma, che ha un uso duplice: da un lato, alimenta le industrie strategiche e la loro corsa al primato sul mercato dei servizi e dei prodotti digitali; dall'altro, consente un apparato di controllo sociale finora immaginabile solo in un mondo di fantascienza distopica, nel quale il singolo cittadino è potenzialmente giudicato non solo per quanto riguarda il suo atteggiamento politico, ma anche per quanto attiene al suo comportamento civico. In confronto, gli indirizzi rivolti dal governo americano alle agenzie federali perché mettano a disposizione dei laboratori e delle imprese innovative i dati a loro disposizione sono ben poca cosa. Non si può tuttavia ignorare la debolezza (almeno a paragone di quella europea) della normativa americana a difesa della privacy e le

mani (più o meno) libere lasciate alle piattaforme digitali e agli oligopoli che controllano gli ecosistemi, veri e propri padroni delle miniere di dati estratti da ogni aspetto della vita quotidiana.

Senza i dati però non c'è innovazione e senza innovazione c'è la sconfitta nella lotta per la leadership tecnologica e geopolitica. Lo Stato neo-interventista non può ignorare quest'esigenza strategica. Sia nella versione autoritaria sia in quella liberale, si delineano perciò progetti di riorganizzazione delle reti sociali, degli spazi di cittadinanza, delle interazioni tra produzione e consumo, guidati dalla finalità di generare *intelligenza oggettiva* (accumulare *intelligenza delle cose*) estraendo da questa nuova topologia del potere sulle persone materie prime (dati) da un lato, remunerazione del capitale privato e plusvalore di potere statale dall'altro. La regolamentazione di questi progetti è il cuore del problema democratico dei decenni a venire.

Luciano Violante

Rifondare la democrazia nella società digitale¹

La rivoluzione digitale non è un puro strumento. I cambiamenti riguardano già e riguarderanno sempre i sistemi politici e la democrazia. Ma non si tratta di semplici innovazioni; è un cambiamento di paradigma. È bene perciò non essere impreparati e andare alla radice delle trasformazioni. Nel nostro mondo ormai convivono due diverse società. La società analogica e la società digitale. A ciascuna corrispondono due diverse generazioni. Quella sotto i quarant'anni, che è prevalentemente digitale; quella sopra questa soglia che è prevalentemente analogica. La società analogica è destinata a contare sempre di meno e comunque, per ragioni anagrafiche, è destinata ad esaurirsi. L'altra sarà l'unica società del prossimo futuro. Proviamo ad articolare una riflessione in tesi.

TESI 1. La società analogica è fondata sui principi di rappresentanza, i corpi intermedi, la trasparenza dei metodi di formazione delle classi politiche dirigenti, il controllo del loro operato e la loro sostituibilità.

TESI 2. La società digitale è caratterizzata dalla disintermediazione, dal superamento della rappresentanza, dalla decisione politica diretta. Tutti possono dialogare con tutti e con i membri della società politica, senza bisogno di mediatori; chiunque può convocare manifestazioni e muovere campagne di opinione senza muoversi da casa. Da questa possibilità tecnica deriva l'equivalenza, sulla carta, di tutti i cittadini ("uno vale uno", di cui si è recentemente aggiunto "tu vali tu"). Conseguentemente, sono negate in radice le élites della politica e della conoscenza, ma non le élites del potere economico alle quali appartengono i padroni di rete. Nella rete c'è libertà senza responsabilità.

¹ L'autore ha gentilmente concesso la ripubblicazione di questo articolo, apparso sul "Corriere della Sera" il 26 ottobre 2019.

TESI 3. Nella società analogica il leader politico è quello che prende più voti; nella società digitale è quello che ha più followers. Per misurare il seguito dei leader, il numero dei followers è più importante del numero dei voti. Il modo di prendere followers è del tutto diverso dal modo di conquistare voti. Ma ai followers seguono i voti; il caso Salvini insegna. Senza followers è difficile prendere voti.

TESI 4. Il M5S è in Italia il più significativo frutto politico della società digitale. Forse le sue proposte esprimono la consapevolezza del cambiamento e l'intento, del tutto comprensibile, di sfruttarlo a proprio vantaggio. Appartengono al mondo della società digitale il ridimensionamento della rappresentanza attraverso la riduzione del numero dei parlamentari, il referendum propositivo concorrenziale con la legislazione di fonte parlamentare, le consultazioni in rete, più o meno corrette, l'attacco alle élites della politica e della conoscenza, il vanto dell'intermediazione.

TESI 5. Alcune proposte sono positive, altre possono diventarlo, altre ancora sono ingannevoli. L'inganno più pericoloso è la disintermediazione. Non si tratta di cancellazione dei mediatori, ma della loro sostituzione occulta. I vecchi mediatori si presentavano come tali sulla scena pubblica, erano scalabili, avevano statuti riconoscibili. I nuovi mediatori non si presentano come tali, non sono scalabili, non hanno visibili statuti. Sul piano interno la mente corre alla Casaleggio e Associati. Sul piano globale contano i baroni della rete. Appaiono come servizievoli interlocutori, disponibili a darci comodamente, rapidamente, a costi accettabili e con efficienza i servizi che noi pensiamo possano servirci. In cambio consegniamo loro gratuitamente e liberamente tutti i nostri dati. Se gli stessi dati ci venissero chiesti dallo Stato, partirebbero campagne di stampa. Non è in corso una disintermediazione; è in corso una reintermediazione.

TESI 6. I nuovi mediatori orientano la nostra vita quotidiana in misura maggiore rispetto ai mediatori tradizionali. Ma, a differenza di costoro, non appaiono nella loro veste. I rischi sono evidenti. Per i mediatori occulti non ci sono né regole né contropoteri; sono perciò destinate a esercitare sulle nostre vite un potere infinito. Se i parlamenti possono essere svuotati da forme di partecipazione diretta manipolabili da un'eterodirezione invisibile, sarà inevitabile la formazione di nuovi dispotismi politici.

TESI 7. Le difficoltà del passaggio da una società all'altra sono evidenti in molti Paesi; in Italia sembrano più gravi perché c'è meno consapevolezza e minore sviluppo di una responsabile cultura del digitale.

TESI 8. In Italia il mondo del pubblico è prevalentemente analogico; il mondo del privato è prevalentemente digitale. La disaffezione nei confronti della democrazia, dei partiti e del parlamento è in gran parte determinata proprio dalla difficoltà di partiti e parlamento a svolgere le loro funzioni in una società profondamente mutata. Alla stessa diversa appartenenza è dovuta la reciproca sfiducia tra pubblico e privato.

TESI 9. Abbiamo bisogno di nuove culture politiche, consapevoli del cambiamento, per garantire democrazia, diritti e fiducia nella società digitale. In particolare: c'è spazio per la rappresentanza nella società digitale? Come mettere credibilmente in guardia dalle manipolazioni dell'opinione pubblica? Quali sono i limiti della democrazia deliberativa? Come rendere pubblici, controllabili e scalabili i nuovi mediatori? In conclusione: come rifondiamo la democrazia per evitarne il tramonto?

Milena Gabanelli e Simona Ravizza

Matteo Salvini e “La Bestia”:
come catturare 4 milioni di fan sui social¹

“Il nome della **Bestia** l’ho copiato dalla campagna elettorale di Barack Obama (“The Beast” era proprio la struttura creata, con un peso schiacciante di internet, per arrivare alla Casa Bianca)”. Le similitudini però si fermano giusto al nome. Pochi giorni fa il 46 enne Luca Morisi, il noto consulente d’immagine di Matteo Salvini, lascia il bunker di Mantova da dove produce l’epica del Capitano, per una lezione a Torino a 50 giovani aspiranti spin doctor (organizzata da YouTrend). I documenti presentati in quell’occasione permettono a *Data-room* di ricostruire il funzionamento della **potente macchina social che dal 2014 sta dietro l’ascesa del leader della Lega**, oggi il politico con più consenso in Italia (sabato a Roma in piazza San Giovanni c’erano oltre 100 mila partecipanti).



Fonte: Report di Luca Morisi presentato a Torino sabato 12 ottobre 2019

¹ Le autrici hanno gentilmente concesso la ripubblicazione di questo articolo uscito il 20 ottobre 2019 sulla rubrica online Dataroom del “Corriere della Sera”.

A far funzionare la Bestia ci sono 35 esperti digitali che coprono la vita pubblica e privata di Salvini 24 ore al giorno, festività incluse. Il vincolo è quello della riservatezza assoluta.



I numeri record

Durante i cinque mesi di campagna elettorale per le Europee del 26 maggio, su Facebook, definito l'ammiraglia del Capitano: **17 post al giorno; 60,8 milioni di interazioni** (che vuol dire like, commenti, condivisioni); **40 milioni di like** e oltre **5 milioni di ore di video visualizzati**. Risultato delle elezioni: **Lega** primo partito con il **34%**. Da giugno i ritmi sono un po' più lenti ma continua a crescere: i like sui post hanno raggiunto i 52 milioni, 11,5 milioni le condivisioni. Oggi i fan su Facebook sono oltre 3,8 milioni, su Instagram 1,8, su Twitter 1,2.

È una corazzata senza pari in Italia che dal buongiorno con pane e Nutella, alle castagne in padella per la figlia, fino alla domenica sera da Barbara d'Urso, macina ininterrottamente. In rapporto alla popolazione, "La Bestia" **performa meglio delle macchine social del presidente del Brasile Jair Bolsonaro, dell'americano Donald Trump e del primo ministro indiano Narendra Modi.**

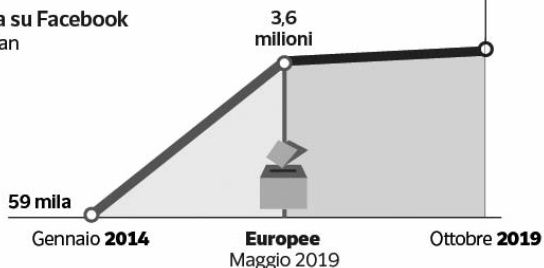
Il gioco degli specchi

I meccanismi per aumentare i fan sui social sono sfruttati in tutto il loro potenziale, a partire dal **T-R-T: una sigla che sta per televisione, rete, territorio**. Si tratta di **un gioco di specchi per mettere continuamente in comunicazione i tre ambiti**: l'attesa dell'intervista tv viene trainata da ripetuti annunci

Chi lo segue sui social



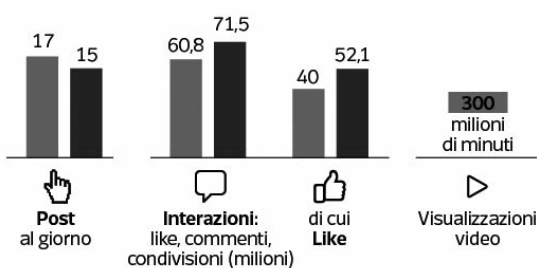
La crescita su Facebook numero di fan



L'attività



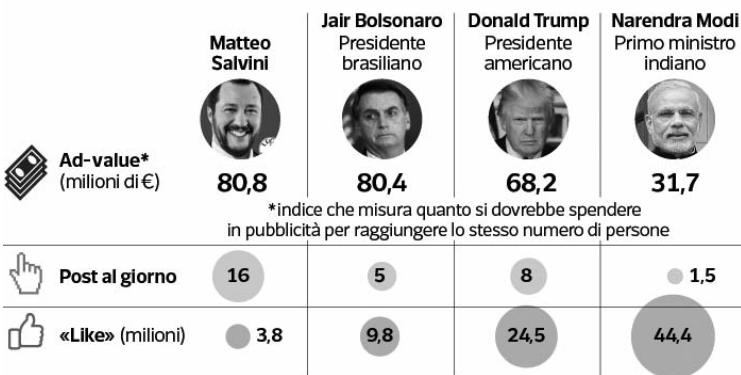
In campagna elettorale
1 gen-21 mag '19



Dopo il voto
27 mag-14 ott '19

Fonte: Report di Luca Morisi presentato a Torino sabato 12 ottobre 2019 ed elaborazione Dataroom

Il confronto con i big



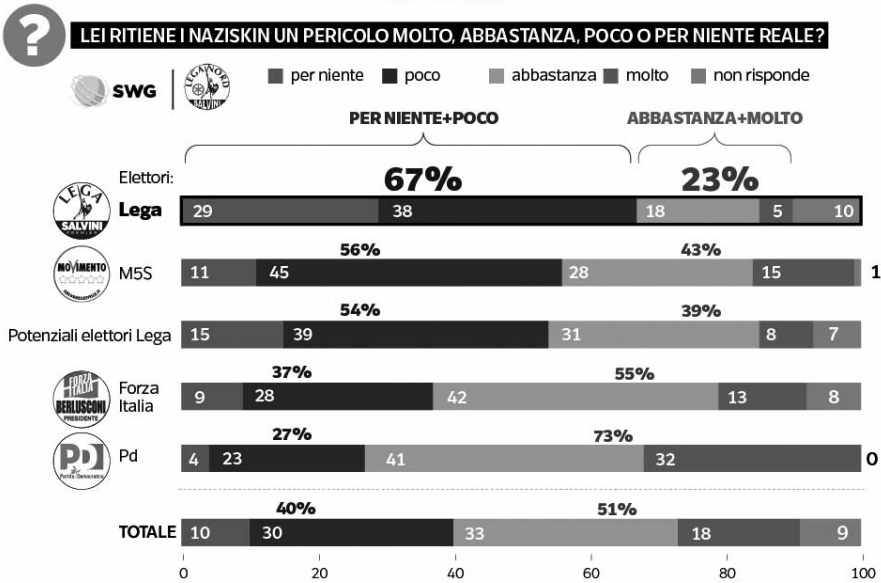
Fonte: Report di Luca Morisi presentato a Torino sabato 12 ottobre 2019 - Periodo 1/1/19-9/10/19

su Facebook, durante la trasmissione si estrapolano e commentano in tempo reale fermi immagine e tweet live con i messaggi chiave da diffondere. Subito dopo vengono postati gli interventi tv (nel caso di Renzi rimontato ad hoc) con l'invito ai fan a esprimere il loro parere. Questo meccanismo trascina gli utenti social sulle reti tv (e viceversa) e contribuisce ad aumentarne l'audience. Salvini è il politico più invitato, e la parola d'ordine è: spolpare ogni evento fino all'osso. Lo stesso sistema vale per i comizi. Poi, siccome è proprio la velocità dei like che contribuisce a fare impennare l'algoritmo di Facebook e dunque ad ampliare la platea di chi vede il post, ecco sotto elezioni il gioco "Vinci Salvini": chi per primo mette "Mi piace" entra in una graduatoria che alla fine farà guadagnare ai primi classificati una telefonata o un caffè con il leader.

Come «La bestia» arriva alla pancia degli elettori

Per raccogliere fan è cruciale la scelta dei messaggi: più toccano temi divisivi e più generano partecipazione (come le campagne contro gli immigrati #finalapacchia, #prima gli italiani e #portichiusi); funzionano gli slogan motivazionali ("la Lega continua a volare"), gli attacchi ai rivali politici ("Sono ministri o comizi?"), le immagini di vita privata ("Mano nella mano" come commento a un post con la figlia), il coinvolgimento degli utenti ("Siete pronti?"). **Lo staff utilizza anche il software che individua l'argomento del giorno più discusso in rete**, e consente di adeguare i messaggi da lanciare. Dal tortellino al pollo, fino a Mahmood. A caldo si era schierato contro la vittoria del cantante, salvo poi fare marcia indietro e lodarlo. **Un ruolo strategico è affidato ai sondaggi.** Il 17 dicembre 2017 la Lega commissiona a Swg di testare la percezione degli elettori su una possibile minaccia dei Naziskin: il 67% degli elettori del Carroccio non li ritengono pericolosi (al contrario di chi vota per altri partiti). Da allora Salvini può tranquillamente spendersi a favore di Casa-Pound. Il documento, mai reso pubblico, lo ha scovato Report, che approfondirà questa sera su Rai 3.

Sondaggio commissionato dalla Lega a SWG sulla paura del nazismo e fascismo
2017-2018, in %

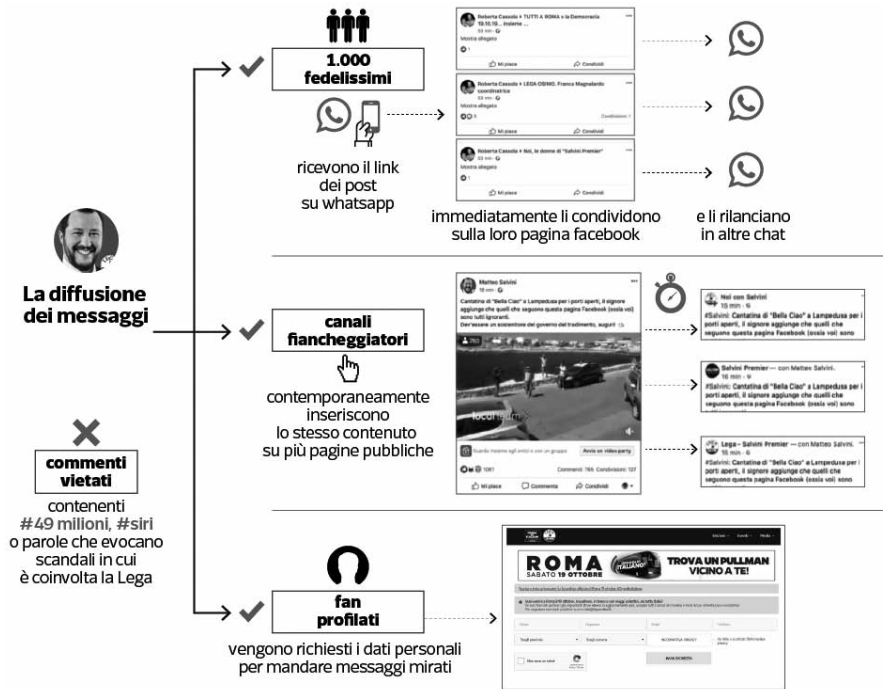


La propagazione del messaggio

La diffusione del messaggio del Capitano è **capillare grazie ai ripetitori digitali**: almeno 800/1000 fedelissimi ricevono il link dei post su una chat WhatsApp e immediatamente lo condividono sulla propria pagina Facebook e lo rilanciano in altre chat. Contemporaneamente i canali fiancheggiatori inseriscono lo stesso contenuto su più pagine pubbliche. Vietati invece i commenti con #49 milioni, #Siri o qualunque parola evochi uno scandalo in cui è coinvolta la Lega. “L’esercito va nutrito e motivato”, è il Morisi-pensiero: affinché tutti si sentano protagonisti, per la manifestazione di Roma del 19 ottobre sono stati creati cartelloni automatizzati con la propria foto di fianco a Salvini.

Profilatura dei fan

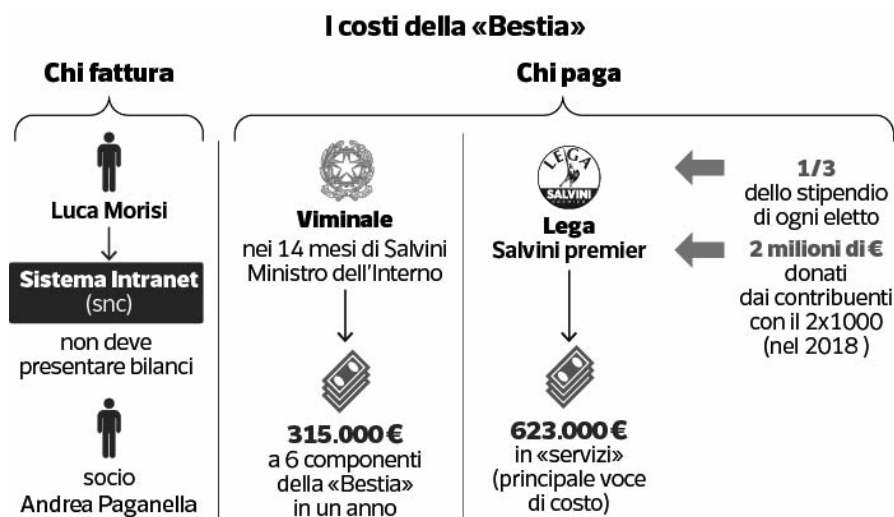
I fan vengono profilati, al fine di inviare messaggi mirati. L’ultimo esempio è proprio legato al raduno di piazza San Giovanni dove Salvini lancia l’invito: “Mandate i vostri dati personali a legaonline.it e riceverete le informazioni richieste per i pullman e i treni diretti alla manifestazione di Roma”. I 137.000 euro spesi da marzo a oggi in pubblicità su Facebook, vengono utilizzati so-



prattutto per geolocalizzare il messaggio e scegliere il target: inviare per esempio perfino ai tredicenni il post contro il governo che pensa di tassare le merendine, oppure raggiungere il più alto numero di elettori dell’Umbria in vista delle elezioni del 27 ottobre. **Un’onda d’urto che, sfruttando l’abilità del leader leghista, ha fatto leva su tutte le debolezze del paese.** Alla fine probabilmente un buon 90% di quei 3,8 milioni di fan vota Salvini, ma da tutta questa attività social intrisa di slogan e provocazioni è difficile capire quale sia il progetto politico.

Le spese e chi le paga

“La Bestia” ha anche un costo e qualcuno lo pagherà. Luca Morisi e il socio Andrea Paganella fatturano tramite la SistemaIntranet, una società in nome collettivo (snc) che non ha l’obbligo di depositare i bilanci. **Durante i 14 mesi di Salvini ministro** dell’Interno entrambi hanno avuto un contratto con il Viminale: **65 mila euro per Morisi, 86 mila per Paganella.** Pagati anche altri 4 contratti del team social: 41.600 euro ciascuno. A gestire i soldi del partito è invece la Lega per Salvini premier. Due milioni di euro sono arrivati da 187 mila contribuenti che nel 2018 hanno donato il loro 2x1000.



Per il 2019 è previsto “un robusto incremento” delle entrate, poiché in cassa sta confluendo 1/3 dello stipendio di ogni eletto del Carroccio. Nel bilancio la principale voce di costo, è genericamente indicata come «servizi»: 623 mila euro.

Alcuni libri per approfondire il tema “Democrazia e web”

Il capitalismo della sorveglianza - Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri

di SHOSHANA ZUBOFF

Luiss

25 €

Questo libro solleva questioni scomode che ci costringeranno a rivedere quanto crediamo di conoscere, ma che costituiranno la base del nostro sapere nei prossimi decenni.

Eh sì, perché ogni nostra e-mail, ogni nostra interazione, ogni nostra emozione è controllata, manipolata e venduta.

Questo libro è un atto di autodifesa digitale. Mostra non solo come le nostre menti vengano sfruttate per ottenere dati, ma anche come questo processo le cambi in modo rapido e radicale.

Politica - Idee per un mondo che cambia

di SEBASTIANO MAFFETTONE

Le Monnier Università

48 €

In un momento in cui “di politica c'è estremo bisogno non solo a livello pratico ma anche a livello di progetto ideale”, Sebastiano Maffettone pone le basi per ripensare le idee politiche del nostro tempo, discutendo questioni di filosofia politica comparata, quali multiculturalismo, post colonialismo, il pensiero politico arabo-islamico, cinese e indiano. *Politica* propone una riflessione assieme sistematica e originale sul tema della giustizia sociale. Particolarmente importante ai fini di questo numero speciale di “Storia e memoria” è il capitolo dedicato a “Democrazia: natura, crisi e nuove opportunità” che comprende pagine dedicate a “Web e crisi della democrazia” sviluppate in due sotto capitoli: “Information Communication Technology e manipolazione delle preferenze”, e “Microtargeting politico e Cambridge Analytica”.

Democrazia e potere dei dati - Libertà, algoritmi, umanesimo digitale

di ANTONELLO SORO

Baldini&Castoldi

18 €

Presidente del Garante per la protezione dei dati personali, dal 2012 al 2019, Soro affronta in un saggio rigoroso un tema centrale: come la tecnologia digitale ha innescato mutamenti profondi del tessuto democratico e della stessa struttura sociale. Il rapporto fra tecnica e democrazia è diventato centrale nell'era digitale. L'impatto delle nuove tecnologie sulla vita individuale e collettiva è tale da dover essere affrontato con il massimo grado di consapevolezza ricordando che nella Storia c'è posto solo per ciò che ha coscienza di sé (Federico Chabod).

Soro illustra le innumerevoli implicazioni del rapporto tra tecnica e democrazia, su un orizzonte che spazia da quello propriamente giuridico a quello etico e filosofico, dall'uso degli algoritmi predittivi in economia e finanza alle nuove forme di sfruttamento del lavoro, dall'intelligenza artificiale alla nuova geografia dei poteri.

Big data - Come stanno cambiando il nostro mondo

di MARCO DELMASTRO e ANTONIO NICITA

Il Mulino

11 €

Gli autori, entrambi dell'Agcom, il primo direttore del Servizio economico-statistico, il secondo commissario dal 2014 al 2019, ci raccontano come “un'invisibile nuvola ci avvolge”. Sono i dati e le informazioni che scambiamo online, un flusso continuo che qualcuno raccoglie, elabora e scambia. Di ciascuno di noi esiste da qualche parte nell'etere un profilo. Utile a chi vuole influenzare le nostre scelte, di consumo ma anche politico-elettorali. E magari a chi vorrà approfittare delle nostre debolezze e dei nostri segreti.

Il principe digitale

di MAURO CALISE e FORTUNATO MUSELLA

Editori Laterza

14 €

Entrambi gli autori insegnano all'Università di Napoli Federico II. “Con l'avvento dei social media” – ci dicono – “la politica è entrata in una nuova era. Par-

titi, sindacati, élites, sono rimpiazzati da protagonisti e reti di relazioni inediti e imprevedibili. Un cambiamento che avviene con una velocità senza precedenti. Al centro del processo, la connettività della rete che sostituisce antichi legami e gerarchie. Può la politica riprendere il comando e il destino di questa sfida? Per riuscirci il Principe digitale dovrà avere tre teste. Quella carismatica del leader. Quella gramsciana del partito nuovo. Quella del popolo sovrano, cui spetta – in prima e ultima istanza – lo scettro”.

Algoritmi di libertà - La potenza del calcolo tra dominio e conflitto

di MICHELE MEZZA

Donzelli editore

18 €

“Algoritmo” è diventato ormai sinonimo di controllo sociale. Le sequenze di formule matematiche nascoste dietro questo nome servono a governare l’elaborazione della sterminata quantità di informazioni generate continuamente dalla rete.

Di fronte ai silenzi e ai balbettii della politica, che si divide fra subalternità tecnologica e rimozione della domanda sociale prodotta dalla rete, è necessario prospettare un nuovo patto sociale, che concepisca le comunità di utenti (città, territori, università, categorie professionali, gruppi di consumatori) come soggetti negoziali della potenza di calcolo per realizzare una nuova fase di quella rivoluzione che cinquant’anni fa, nei campus californiani, spinse i migliori talenti giovanili a programmare software che avrebbero cambiato il mondo.

Introduzione alla E-Democracy

di GIANCARLO VILELLA

Edizione Pendragon

15 €

L’autore vive a Bruxelles dove è dirigente dell’Unione Europea e ha insegnato in diverse università d’Europa. In questo libro mette a frutto l’esperienza di direttore generale dell’innovazione e del supporto tecnologico al Parlamento europeo, iniziata nel 2011. In particolare, evidenzia l’influenza delle tecnologie informatiche sul diritto, la sicurezza, la politica. Un approfondimento in particolare riguarda il concetto di E-Partecipation, cioè l’impatto delle tecnologie sulla partecipazione dei cittadini alla gestione della cosa pubblica.

Guerra digitale - Il 5G e lo scontro tra Stati Uniti e Cina per il dominio tecnologico

di FRANCESCA BALESTRIERI e LUCA BALESTRIERI

Luiss

15 €

Stati Uniti e Cina stanno combattendo una lotta senza esclusione di colpi per il controllo del 5G la rete di telecomunicazioni ultraveloce e si affrontano con determinazione per conquistare il primato nell'intelligenza artificiale. Stiamo precipitando in un secondo girone della rivoluzione digitale – ci dicono i due autori – che promette rivolgimenti rispetto ai quali i vent'anni alle nostre spalle sembreranno una pallida premessa. La posta in gioco è il comando tecnologico nel Ventunesimo secolo e – di fatto – il primato geopolitico. Tramontati gli anni della globalizzazione senza vincoli, la difesa della sovranità digitale si impone per proteggere lo sviluppo dell'economia e la libertà degli individui. Secondo i Balestrieri – padre e figlia – “il 5G è il grimaldello per il mondo del digitale futuro, l'aperti sesamo! Che dischiude la grotta della nuova rivoluzione digitale”.

#A.I. Challenge - Amica o nemica? Come l'intelligenza artificiale cambia la nostra vita

di CHIARA SOTTOCORONA

Hoepli

14,90 €

L'A.I. È la prima tecnologia evolutiva, capace di apprendere da sola e compiere scelte. Dalla finanza alla politica, dal commercio alla produzione, dalla gestione delle città a quella delle nostre case, dalla medicina alla conquista dello spazio, non c'è settore dove non sia entrata l'intelligenza artificiale. Chi possiede gli algoritmi più intelligenti può dirigere le nostre vite e disegnare il nostro futuro. Ha scritto un giornalista di Forbes: “Il giorno in cui ascolteremo due robots in un pub discutere animatamente sui risultati dell'ultima partita di calcio, illustrati in un articolo scritto da un algoritmo, l'A.I. sarà veramente arrivata fra noi”.

La quarta rivoluzione - Come l'infosfera sta trasformando il mondo

di LUCIANO FLORIDI

Raffaello Cortina editore

24 €

Come facciamo acquisti, lavoriamo, ci divertiamo, coltiviamo le nostre relazioni: in ogni campo della vita le tecnologie delle comunicazioni sono diventate forze che strutturano l'ambiente in cui viviamo, creando e trasformando la realtà. I confini fra la vita online e quella offline tendono a sparire e siamo ormai connessi gli uni agli altri senza soluzione di continuità, diventando progressivamente parte integrante di una “infosfera” globale. Questo passaggio epocale rappresenta niente meno che una quarta rivoluzione, dopo quella di Copernico, Darwin e Freud.

Le trasformazioni relative a potere, geografia e organizzazione hanno ridisegnato i contorni del dibattito sulla democrazia, la più antica forma di condivisione del potere. Abbiamo a che fare con un sistema politico multi-agente.

I nuovi poteri forti - Come Google Apple Facebook e Amazon pensano per noi

di FRANKLIN FOER

Longanesi

22 €

“Gli algoritmi possono semplificarci la vita, metterci in contatto con compagni delle elementari che non sentiamo da decenni e consegnarci la spesa sulla porta di casa in poche ore. Molto presto saranno in grado di guidare l'auto e localizzare i tumori. Ma per fare tutto questo gli algoritmi ci prendono continuamente le misure e decidono al nostro posto. E quando deleghiamo il pensiero agli algoritmi, in realtà, lo deleghiamo alle grandi aziende che li controllano”.

Tecnologie per il potere - Come usare i social network in politica

di GIOVANNI ZICCARDI

Raffaello Cortina Editore

16 €

Nel libro “sono affrontati i temi dell'uso spregiudicato dei big data”, del “governo tramite gli algoritmi”, della politica smart attraverso l'utilizzo di app e di grandi piattaforme consultive, della profilazione politica di tutti i cittadini, del “giocare sporco” online e della sicurezza informatica dei dati e delle attività dei politici.

La nostra invenzione finale - L'intelligenza artificiale e la fine dell'età dell'uomo

di JAMES BARRAT

Nutrimenti

17 €

In appena un decennio, sulla spinta di una spasmodica ricerca di tecnologie sempre più innovative finanziata dai governi e dalle grandi corporazioni, l'intelligenza artificiale potrebbe raggiungere e addirittura superare l'intelligenza umana. Un incauto potenziamento dell'intelligenza artificiale potrebbe spingere l'uomo a fare affidamento sulla benevolenza delle macchine.

Storia del futuro - Facebook, Oculus e la rivoluzione della realtà virtuale

di BLAKE J. HARRIS

Multiplayer Edizioni

22,90 €

Appoggiandosi a centinaia di interviste ai protagonisti della rivoluzione della realtà virtuale, il libro racconta una storia di colpi di genio, di fallimenti e il dramma umano di chi cerca di cambiare il mondo. Il risultato è una trasposizione moderna del Sogno Americano, che regala ai lettori un posto in prima fila per assistere alla nascita dell'industria che sta cambiando le regole del gioco.

Psicopolitica

di BYUNG-CHUL HAN

Nottetempo

12 €

“Con internet e gli smartphone non si viene torturati, ma twittati e postati: il soggetto e la psiche diventano produttori di masse di dati personali che sono costantemente monetizzati e commercializzati ... stiamo vivendo un cambio di paradigma, mostrando come la libertà oggi va incontro a una fatale dialettica che la porta a rovesciarsi in costrizione: per ridefinirla è necessario diventare eretici, rivolgersi alla libera scelta, alla non conformità”.

Tech impact - Luci e ombre dello sviluppo tecnologico

di GIANMARCO MONTANARI

Guerini e associati

18,50 €

“Viviamo un’epoca di cambiamento continuo ... il progresso tecnologico appare capace di sconvolgere i parametri dell’individuo e della collettività da rovesciare l’interrogativo su cosa l’uomo possa fare delle macchine e su cosa le macchine possono fare dell’uomo”. Il libro “rappresenta il tentativo di coinvolgere i leader presenti e futuri invitandoli ad assumersi l’arduo compito di incentivare, far crescere ed ampliare il dibattito pubblico intorno ai temi fondanti dell’oggi e di individuare percorsi possibili a servizio delle scelte politiche, aziendali e personali dei prossimi anni”.

Guida per umani all’intelligenza artificiale - Noi al centro di un mondo nuovo

DI NICOLA DI TURI, MARCO GORI, MARCO LANDI

Giunti

16 €

“Questo libro è una guida ragionata al mondo che cambia, da parte di persone che hanno la sacrosanta presunzione di non leggere il presente con il fascio dei pregiudizi derivanti dal passato” (Nicola Porro).

“La sfida più importante è quella di ripensare al modo con cui la leva cognitiva, rappresentata dall’intelligenza artificiale, invece di rivolgersi a pochi fortunati possa contribuire a migliorare la vita dei poveri di un pianeta profondamente ingiusto e quindi di consentire di ridurre le disuguaglianze di oggi” (Francesco Profumo).

Silicio - Dall’invenzione del microprocessore alla nuova scienza della consapevolezza

Di FEDERICO FAGGIN

Mondadori

22 €

“Faggin è lo Steve Jobs italiano, un idolo, un eroe, per tutti gli scienziati e appassionati di tecnologia. Nato a Vicenza e poi trasferitosi nella Silicon Valley, con le sue invenzioni, dal microprocessore al touch-screen, ha contribuito a plasmare il presente che tutti conosciamo”.

Potere digitale - Come internet sta cambiando la sfera pubblica e la democrazia (prefazione di Michele Sorice)

di GABRIELE GIACOMINI

Meltemi

24 €

“Attraverso un’analisi dei recenti cambiamenti sociali, il libro affronta problemi come la crisi dei partiti e dei media tradizionali, l’affacciarsi di nuovi intermediari (come le piattaforme sociali), la frammentazione e la polarizzazione della sfera pubblica, la sfida della partecipazione online fra limiti e opportunità. Il web è il luogo dell’informazione libera e autonoma o le informazioni si stanno organizzando attorno a inediti centri di potere? ... È compito dei cittadini e delle classi dirigenti gestire al meglio gli esiti dell’innovazione tecnologica”.

La trappola di internet - Come l’economia digitale costruisce monopoli e mina la democrazia

Di MATTHEW HINDMAN

Einaudi

22 €

“Provocatorio e attualissimo questo libro racconta l’ascesa vertiginosa dei giganti digitali e spiega cosa possono ancora tentare di fare i ‘giocatori’ più piccoli per sopravvivere in un’ardua partita inesorabilmente truccata a loro danno ... ormai è diventato matematicamente impossibile per degli universitari al lavoro in un garage battere Google, e la neutralità della rete non può da sola funzionare come garanzia di un’internet aperta e democratica”.

Guerre di rete

Di CAROLA FREDIANI

Laterza

10 €

“Nove storie vere – tra hacking di Stato, spionaggio, ricercatori a caccia di software malevoli, gruppi parastatali o schiettamente criminali, persone comuni e inconsapevoli coinvolte – che ci raccontano come la rete si stia trasformando in un vero e proprio campo di battaglia. La fotografia densa di un presente inquietante e contraddittorio che potrebbe trasformarsi a breve in un futuro distopico”.

Superintelligenza - Tendenze, pericoli, strategie

Di NICK BOSTROM

Bollati Boringhieri

28 €

“L'intelligenza artificiale è una delle più grandi promesse dell'umanità. Grazie ai suoi sviluppi, attuali e futuri, saremo probabilmente in grado di fare cose che oggi sarebbero impensabili. E tuttavia c'è una nube minacciosa sopra il cielo dell'Intelligenza Artificiale. Siamo proprio certi che riusciremo a governare senza problemi una macchina 'superintelligente' dopo che l'avremo costruita?” Bostrom con Stephen Hawking ha scritto già nel 2015 una lettera aperta che metteva in guardia sui potenziali pericoli dell'IA.

Appello per un nuovo servizio pubblico

Chiudiamo questo numero di "Storia e memoria" dedicato a "Democrazia e web" con un appello. L'ha scritto l'Associazione dei dirigenti pensionati Rai e ci auguriamo venga sottoscritto da molte altre associazioni.

Dopo la lettura di questo "speciale" dedicato alla democrazia e alla rivoluzione digitale siamo convinti che ormai non basti più solo cambiare la Rai per come è oggi, ma che vada immaginato un servizio pubblico profondamente innovato e in sintonia con i nuovi tempi.

Manifesto per un nuovo servizio pubblico e la qualità della comunicazione

Molte voci segnalano che criticità gravi nel mondo della comunicazione e della informazione sono accompagnate da squilibri nei meccanismi di rappresentanza politica democratica. Internet e i media sociali e personali offrono potenzialità straordinarie, ma l'evoluzione epocale della digitalizzazione pone seri problemi alla democrazia rappresentativa come l'abbiamo conosciuta sino ad oggi. Assistiamo alla progressiva sottomissione della politica al sistema della comunicazione nel suo complesso, accompagnata da fenomeni come le *fake news*, il rifiuto crescente della intermediazione politica e culturale, la commercializzazione e il controllo dei dati personali, la creazione di camere stagne che alimentano opinioni estremistiche e irrazionali, il tutto accompagnato dalla crisi del giornalismo professionale.

Una cura straordinaria

È lecito ritenere che la politica, lo Stato e l'opinione pubblica debbano dedicare in questo tempo una cura straordinaria al sistema della comunicazione. Ciò è nell'interesse di tutti, a cominciare dai movimenti e partiti politici che rischiano di sfaldarsi nella crisi di fiducia verso le rappresentanze e le istituzioni.

I media di massa tradizionali, come la televisione, negli ultimi decenni hanno inquinato l'ambiente diffondendo paure, falsi convincimenti e falsi bisogni. Questa operazione negativa ha predisposto il nuovo ambiente dei social, ne viene amplificata e in parte continua, anche nel servizio pubblico. Invece proprio la RAI, pagata dai cittadini, deve essere il primo luogo di ricerca della verità, della razionalità e della coesione sociale, e di stimolo alla qualità nella produzione dell'informazione, dei programmi e dei nuovi servizi nel sistema misto della comunicazione.

Il ruolo del servizio pubblico

La RAI ha ancora un ruolo centrale nel rapporto con le generazioni adulte. Una rapida ed efficace trasformazione in *media company* di servizio pubblico può permetterle di recuperare la credibilità in parte compromessa anche tra i giovani, e di affrontare le sfide della intelligenza artificiale e degli algoritmi applicati alla comunicazione, garantendo nel nuovo mercato la presenza di una logica di servizio.

RAI e politica

Perché questo sia possibile è necessario che la RAI spezzi definitivamente i suoi legacci con la politica di parte, e divenga luogo privilegiato di produzione culturale e informativa autonoma, professionale e responsabile verso la comunità nazionale. Una RAI unitaria, non più lottizzata al suo interno, non divisa in Reti e Testate, decisamente riorganizzata e orientata alla qualità del prodotto e del lavoro, affidata a professionisti che nel pieno rispetto delle diversità e liberi da ogni coercizione di appartenenza rispondano alle aspettative dei cittadini e alle necessità di sviluppo del Paese.

La RAI non può essere governata dal Parlamento, al quale spettano compiti di indirizzo, ma non di vigilanza, e che quando deve procedere a nomine diviene il luogo naturale della lottizzazione politica. Per separarla dai partiti è

necessario un organismo intermedio, che in regime pubblico ne acquisisca proprietà e controllo. La nomina dei suoi amministratori deve assumere valenza costituzionale: essi devono essere nominati con decreto del Presidente della Repubblica, su proposta del Presidente del Consiglio e in concerto con il Consiglio dei ministri. È essenziale che il loro incarico sia individuale e segua regole che garantiscano permanenza in carica lunga, ma con tempi differenziati alla prima tornata di nomine, analisi trasparente dei curricula, accertamento di competenze nei settori della comunicazione, dimostrata attitudine al dialogo e alla promozione della coesione sociale. Queste regole sono necessarie per garantire ai prescelti autonomia e pubblica fiducia, mettendoli al riparo dal mutamento delle maggioranze parlamentari e di governo. Deve anche essere loro garantito un sistema stabile di controllo delle risorse da canone, rapportato attraverso meccanismi chiari e trasparenti al perseguimento degli obiettivi istituzionali.

Così la RAI, con un management competente ed efficiente e con adeguate risorse, potrà svolgere nella società italiana il ruolo positivo che da essa si attende, diffondendo informazione completa e di qualità, passione per l'intelligenza e l'innovazione, e rafforzamento del senso di cittadinanza, anche al fianco degli altri servizi pubblici europei.

Una mobilitazione diffusa

Rivolgiamo un appello perché questa "cura straordinaria" al sistema della comunicazione trovi l'appoggio più ampio. Essa deve riguardare l'intera comunicazione pubblica, deve coinvolgere le scuole e le università perché si diffonda tra i giovani un uso consapevole dei media, e non può trascurare una decisiva trasformazione del servizio pubblico.

Chi sottoscrive questo appello, singole persone e sigle associative, mentre si impegnano a educare a una buona comunicazione, chiedono al Parlamento e ai partiti politici una generosa rinuncia ai propri interessi immediati, che si traduca in un investimento a medio termine per lo sviluppo culturale, economico e per la coesione sociale del popolo italiano, e in particolare per il rilancio della creatività e della capacità produttiva dei giovani.

Intendiamo, nei prossimi mesi, approfondire con un dibattito pubblico queste linee perché si traducano in un programma legislativo.

Autori

LUCA BALESTRIERI

È direttore della Direzione Reti e Piattaforme di Rai e Consigliere delegato di Tivù, la società che gestisce la piattaforma tivusat. In Rai è stato direttore di Business Development e Alleanze, Strategie e Sviluppo Business, Digitale Terrestre. È stato presidente di RaiNet, membro del cda di Rai Way, di RaiSat, di Auditel. Dal 2013 è titolare dell'insegnamento di Economia e gestione dei media presso la LUISS. Nel 2019 ha pubblicato *Guerre digitali, il 5G e lo scontro tra Strati Uniti e Cina per il dominio tecnologico*, edito da LUISS.

MAURO CALISE

Insegna Scienza politica all'Università di Napoli Federico II ed è editorialista de "Il Mattino". Ha fondato e dirige *Federica.eu* la piattaforma di didattica multimediale open access leader in Europa. Per Laterza ha pubblicato tra l'altro *Il partito personale* e nel 2019 con il Mulino *Il principe digitale*.

MILENA GABANELLI

Da sempre giornalista freelance. Dal 1997 conduce "Report", programma in onda su Rai Tre. Di lei Giorgio Bocca ha detto: "Milena Gabanelli è l'ultima giornalista che fa inchieste vere, in un momento in cui su tutti i giornali sono state abbandonate. E addirittura stupisce che le possa fare". Una delle ultime inchieste pubblicate dal "Corriere della Sera" è dedicata a "La Bestia" di Matteo Salvini. Milena Gabanelli ci ha autorizzato a ripubblicarla su questo numero di "Storia e memoria" dedicato a "Democrazia e Web".

GUSTAVO GHIDINI

Ordinario di diritto industriale nell'Università degli Studi di Milano e Docente di diritto industriale nell'Università LUISS Guido Carli di Roma, Direttore dell'Osservatorio di Proprietà Intellettuale, Concorrenza e Telecomunicazioni (LUISS), fondatore e condirettore dal 1993 della rivista Concorrenza e Mercato – Orientamenti dell'Autorità Garante, condirettore della rivista "Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo (AIDA)" Giuffrè. È stato eletto Presidente dell'International Association for the Advancement of Teaching and Research in Intellectual Property (ATRIP) per il biennio 2006-2007.

SEBASTIANO MAFFETTONE

Professore presso l'Università LUISS di Roma. Visiting professor in alcune delle più prestigiose Università del mondo e autore di ventisette libri (fra cui *POLITICA*, editore Le Monnier). Recentemente ha fondato l'Osservatorio di etica pubblica Ethos (Business School LUISS). Commissario della Fondazione Giordano Bruno, coordinatore scientifico della Fondazione Italiana Cavalieri del Lavoro.

MICHELE MEZZA

Giornalista, è stato inviato del Giornale radio Rai in Urss e Cina. Nel 1998 ha elaborato il progetto di Rai News 24. Attualmente dirige il centro per la ricerca sul mobile PollicinAcademy e la comunità web *www.mediasenzamediatori.org*. Per Donzelli ha pubblicato fra l'altro *Algoritmi di libertà, la potenza del calcolo tra dominio e conflitto* (prefazione di Giulio Giorello).

GIANMARCO MONTANARI

Ingegnere ed economista di formazione ha ricoperto ruoli apicali all'interno di aziende private e pubbliche, appartenenti a settori diversi: manifatturiero, servizi, bancario, pubblico, ricerca. Ha fatto parte e fa parte di consigli di amministrazione di diverse società pubbliche e private, tra cui Fineco Bank e l'Agenzia per l'Italia Digitale. Attualmente è direttore generale dell'Istituto Italiano di Tecnologia.

ANTONIO NICITA

Commissario Agcom dal 2014 al 2019, è docente in Politica Economica presso l'Università La Sapienza di Roma, Dipartimento di Economia. Nel 2012-13 è stato consulente economico a titolo gratuito del Presidente dell'AGCM per le tematiche inerenti le politiche industriali. È stato consulente per l'OECD per la redazione del rapporto sullo stato della regolazione in Italia, 2009. Dal 2001 ha svolto attività di consulenza sui temi della regolazione e della concorrenza nelle industrie a rete per imprese e istituzioni e ha svolto consulenze tecniche in arbitrati e presso tribunali. Tra le sue pubblicazioni *Liberalizations in Network Industries* (con F. Belloc; Springer, 2016).

SIMONA RAVIZZA

Dopo avere lavorato come giornalista in Canton Ticino, dove è nata, ha mollato tutto per il "Corriere della Sera". Si occupa principalmente di sanità per la cronaca di Milano. Insieme con Maria Silvia Sacchi ha scritto le due guide *Tutto quello che le donne devono sapere*. Collabora con Milena Gabanelli in alcuni reportage per il blog *Dataroom* del "Corriere della Sera".

ANTONELLO SORO

Sindaco di Nuoro nel 1979, consigliere regionale, deputato per cinque legislature, due volte Presidente di Gruppo (per i Popolari e Democratici – L'Ulivo e per il Partito democratico), tra i fondatori del Partito popolare italiano e del Partito democratico, dal giugno 2012 al febbraio 2020 è stato Presidente del Garante per la protezione dei dati personali. Dal 2014 al 2016 è stato Vicepresidente del Working Party art. 29: organismo di coordinamento delle Autorità europee di protezione dati.

GIANCARLO VILELLA

Vive a Bruxelles dove è Dirigente dell'Unione Europea. Docente all'Università Politecnica delle Marche e alla Statale di Milano, ha insegnato in diverse università d'Europa. Con Pen- dragon ha pubblicato *Introduzione alla E-Democracy*.

LUCIANO VIOLANTE

Oggi presidente della Fondazione Leonardo. È stato magistrato, presidente della Camera. È stato presidente della Commissione parlamentare Antimafia dal 1992 al 1994. Fu lui a raccogliere le deposizioni choc di Tommaso Buscetta che rivelò l'esistenza del terzo livello della mafia, cioè il legame con il mondo politico. Ha scritto più di venti libri: da *I Corleonesi* (del 1993 con l'Unità) a *Politica e menzogna* (Einaudi 2017) a *Colpire per primi* (Solferino 2019). Per il "Corriere della Sera" (26 ottobre 2019) ha scritto "Rifondare la democrazia nella società digitale", articolo che ci ha autorizzato a ripubblicare in questo numero di "Storia e memoria".

“STORIA E MEMORIA”

INDICAZIONI PER GLI AUTORI

“Storia e memoria” pubblica articoli di carattere scientifico su temi attinenti alla storia del Novecento, con particolare attenzione alla storia della Resistenza e alla storia di Genova e della Liguria.

I contributi devono essere originali e inediti, non già pubblicati in altre riviste o opere, né sottoposti e accettati contemporaneamente da altre riviste.

Tutti i contributi sono sottoposti al vaglio del Comitato di Direzione e del Comitato Scientifico di “Storia e memoria”. Alcuni articoli compresi nella sezione *I Temi della Storia* sono sottoposti a una *double-blind peer review*, con valutazione di *referee* anonimi esterni alla redazione. I manoscritti sottoposti alla valutazione di *referee* sono anonimi e privi di qualsiasi riferimento all'autore. La valutazione è comunicata agli autori in forma anonima.

Tutti i testi devono essere corredati di titolo, *abstract* e parole chiave in lingua inglese di 1.000 caratteri (spazi inclusi), di un breve profilo biografico dell'autore e devono attenersi alle norme redazionali che saranno inviate dopo l'approvazione del testo alla pubblicazione.

I testi non devono superare un massimo di 60.000 battute (spazi inclusi) nella sezione *I Temi della Storia*, 40.000 (spazi inclusi) in *Memorie di Liguria* e 25.000 (spazi inclusi) in *Ilsec Informa* e devono pervenire esclusivamente in formato elettronico all'indirizzo della segreteria di redazione (storiaememoria@ilsrec.it).