

IL WEB CI RENDE LIBERI? L'età del messaggi(in)o e le nuove forme di comunicazione

Ore: 11.15 Sala D3

Partecipano: **Simona Panseri**, Direttore Comunicazione e Public Affairs di *Google* per l'Italia; **Gianni Riotta**, Editorialista de *La Stampa*. Introduce **Davide Rondoni**, Poeta e Scrittore.

In calce è riportato l'intervento del Prof. **Guido Gili** dell'Università del Molise che non è potuto essere presente

DAVIDE RONDONI:

Siamo qui con i nostri due ospiti, che tra poco presenterò brevemente, per affrontare una questione che può sembrare laterale, ma che invece non lo è. Infatti, tutte le volte che nel campo della nostra esperienza, nell'esperienza di chiunque, si affaccia un'esperienza nuova, quello che c'è in gioco è la questione fondamentale della vita cioè la libertà. Sia che tu incontri qualcuno per la strada che ti colpisce, sia che incontri un bel panorama quando passi con il treno, sia che ti capiti un fatto pieno di gioia o pieno di pena, quello che è in gioco, cioè quello che viene provocato veramente nella vita, a meno che tu non ti chiuda come un riccio, è quel muscolo invisibile che è la libertà. Ogni fenomeno che ci provoca, che ci mette in discussione è veramente un fenomeno importante se provoca e mette in questione la libertà. Perciò abbiamo questo tema, suggerito dal mio amico Gianni Riotta, che mette a fuoco la sfida che per la libertà rappresenta il fenomeno chiamato *Web*, con tutte le sue possibili declinazioni e prospettive. Il fatto che ad introdurre e poi a concludere questo incontro sia uno come me che si occupa di poesia, non solo dovrebbe far capire che la poesia non è lontana da questo modo di comunicazione, ma anche che, così come la poesia serve per mettere a fuoco la vita, cioè per comprendere di più l'esistenza, anche i modi di comunicazione - e vedremo che la parola comunicazione è tutt'altro che semplice - i modi di comunicazione, che cambiano nel mondo e nella vita, possono essere dei modi che aiutano a mettere a fuoco l'esistenza, a comprenderla meglio, oppure possono velarla, possono nasconderla. Come sappiamo bene, non è detto che ciò che sembra far comunicare di più, serva a far capire di più. È un problema. Nella vita degli uomini non c'è niente di automatico e quindi anche nella cosa che sembra più apparentemente automatica, cioè il *Web*, il linguaggio legato alla carta invisibile, non c'è nulla di automatico, non c'è niente di scontato. E siamo qui appunto per affrontare questo problema, cercando di affrontarlo entrando in merito, e ringrazio gli ospiti che hanno accettato il nostro invito, senza pregiudizi, senza fanatismi né di un tipo né di un altro. Voi sapete che c'è addirittura chi pensa che l'iPhone si dovesse chiamare *Jesus phone*, e che bisognerebbe indicare il tempo-apple a partire dall'iPhone e non più dalla nascita di Gesù Cristo. Fuori da questo modo un po' banale di parlare di queste cose, vorrei entrare in merito invece a questo fenomeno. Con noi doveva esserci anche un altro amico, Guido Gili, che è un importante sociologo, che però non può essere con noi perché purtroppo ieri è morta sua madre. Ha mandato l'intervento che verrà pubblicato negli atti del Meeting. E io lo voglio salutare perché sua madre adesso è nell'eterno che per noi non è un luogo virtuale, perché c'è una differenza tra il virtuale e l'eterno ed è una differenza sostanziale. Ringrazio anche Guido per lo sforzo che ha fatto di mandarci il suo intervento. Per prima parlerà Simona Panseri, che evidentemente è la signora alla mia destra, e che fa di mestiere il Direttore comunicazione public-affairs di *Google* per l'Italia. E' la signora *Google*, è la faccia di *Google* per l'Italia, fa questo mestiere difficile perché parlare di *Google*, rappresentare *Google* significa una cosa non facile come immaginate, non semplice. Fa questo mestiere difficile dal 2008 e quindi si è già fatta un po' le ossa e può affrontare anche un dibattito al Meeting. La ringrazio per essere con noi. A te Simona.

SIMONA PANSERI:

Grazie, grazie a voi, grazie davvero per l'invito che ovviamente mi onora e di cui ringrazio Davide e tutti gli organizzatori. Quando sono stata invitata, mi è stato chiesto di parlare del tema dell'incontro, ma di affrontarlo anche dal punto di vista delle sfide che quotidianamente affronto nel mio lavoro, e ovviamente queste sfide hanno a che fare con *Internet*. E per affrontare questo tema, ho pensato che sia necessario fare un piccolo passo indietro e andare ad analizzare il tema del valore. Senz'altro la libertà è un valore, ma il tema vero, la sfida nella quale sono impegnata tutti i giorni, è quello di dimostrare il valore che creiamo con la nostra presenza come *Google* in Italia, e indubbiamente anche il valore che *Internet* è in grado di portare. Allora un po' per non essere io ad aprire veramente il discorso e un po' perché è la prima cosa che mi è venuta in mente pensando a questo tema, vorrei farvi vedere un breve video, che chiedo alla regia di mandare, che ci aiuterà a parlare del valore di *Internet* e anche a rispondere alla domanda se il *Web* ci renda liberi.

“Video”

Qual è il valore di *Internet*? Secondo Zac, il contadino del video, è sicuramente nelle risposte che offre alle nostre domande, nelle soluzioni che ci aiuta a trovare. Certo è complesso misurarlo, probabilmente è più semplice mostrarlo attraverso degli esempi, anche perché gli esempi vengono dalla nostra vita quotidiana, dall'esperienza di chi lo usa. Si pensa spesso che il valore di *Internet* sia nel mondo dell'incommensurabile. In effetti, quando si parla di valori ed esperienze, è difficile dare una misurazione completa, eppure da quando lavoro in *Google*, ogni giorno ho la riconferma del fatto che il valore sta anche in un mondo estremamente concreto ed estremamente misurabile, che è quello dell'economia e del lavoro. Ma partiamo dall'esperienza. Direi che posso sostenere che *Internet* ha cambiato la mia vita e probabilmente molti possono sostenere che ha cambiato la loro vita quotidiana, perché oggi grazie ad *Internet* possiamo fare cose che prima non potevano fare, o che sarebbero state più complesse, più costose, o anche, altrettanto importante, più persone possono fare questo tipo di cose e anche questo dell'ampliamento dell'accesso è un tema estremamente importante. Qualche esempio: io ho due bambini, i miei genitori non abitano nella città nella quale stiamo noi, oggi possono vedersi più frequentemente di quanto non accada personalmente, perché fanno dei *hangout* con i nonni. Gli *hangout* sono delle video-conferenze di gruppo, un'applicazione che consente di fare delle video conferenze di gruppo, e credo che non sia difficile per ciascuno di voi, dato che sono stati i miei figli ad insegnare ai loro nonni come usare bene l'applicazione. A proposito di nonni, io ho felicemente assistito a un lungo invecchiamento delle mie nonne, ma ricordo che l'indebolimento della vista rappresentava un grave problema perché una delle grandi passioni, soprattutto di una delle nonne, era la lettura e ad un certo punto ho il ricordo di questi pomeriggi passati a spulciare le librerie della mia città alla ricerca di opere ed era una ricerca che, più che basata sul criterio del contenuto dell'opera, era basata sulla dimensione del carattere, perché mia nonna potesse effettivamente leggerla, finché ad un certo punto ci abbiamo rinunciato e la nonna ha smesso di leggere. Ebbene, sembra banale, ma oggi una persona anziana ha la possibilità di tenersi impegnata, vivace, intellettualmente attiva leggendo, perché *e-book* semplicemente le consente di ingrandire il carattere a piacimento. Oppure c'è una nonna di un'amica che ha 80 anni e ha scoperto *Youtube*, perché ci trova la musica della sua gioventù, perché frequenta con grande passione gli archivi dell'Istituto Luce, archivi che non sono luoghi di nostalgici amarcord, ma hanno un grandissimo valore per la nostra cultura, naturalmente. A proposito di cultura, c'è un progetto di *Google* che si chiama *Google Art project* e che consente di visitare i musei di tutto il mondo, un po' come se si fosse all'interno di questo museo e di

fruire di queste opere d'arte, che i musei decidono di mettere *online*, grazie ad immagini ad altissima risoluzione. Chiaramente questo progetto non vuole sostituire la visita di persona del museo, non ha l'obiettivo di sostituire un'esperienza con un'altra, però chi l'ha pensato è un collega indiano che è appunto nato e cresciuto in India e quando è arrivato in Europa, è rimasto assolutamente affascinato dai capolavori che si trovano nei musei, e la prima cosa che ha pensato è stato trovare un modo per far sì che i suoi amici che sono rimasti in India, che probabilmente non avranno mai l'opportunità, e come loro tanti altri, di fare dei viaggi lunghi, costosi e complessi, potessero fruire di questo tipo di capolavori avessero la possibilità di vederli. Ecco, tra l'altro questo progetto è fatto con i musei, per i musei e per gli utenti, naturalmente non contro di loro. Tempo fa, sulla stampa americana, è stata raccontata la storia di una persona che era stata trovata a vagare in stato confusionale ai margini di una strada particolarmente trafficata. Non parlava inglese, uno dei soccorritori ha avuto l'idea di utilizzare il telefonino e *translate*: sapete, io parlo con il telefono e *translate* parla traducendo la lingua dell'altra persona, la persona risponde nella sua lingua e *translate* mi ritraduce, non sarà perfetto, non sarà mai il sostituto di un traduttore professionale, non c'è dubbio, però gli hanno salvato la vita, perché hanno capito che era diabetico e che stava entrando in coma. Allora si tratta di esempi che potremmo continuare, sono sicura che chiunque di voi può averne di positivi, e sono sicura anche che chiunque può avere invece delle esperienze meno positive, però vorrei spostarmi adesso dal tema della vita quotidiana all'altro tema di cui parlava quel video. Quel video parlava anche di lavoro, parlava di economia e, come dicevo prima, se il mondo dei valori è forse solo mostrabile e incommensurabile, quello dell'impatto economico è misurabile e allora facciamo qualche numero. Secondo una ricerca americana, nei Paesi del G20, nel 2011, l'*Internet economic* valeva il 4% del Pil, cioè il 4% del Pil di questi Paesi è generato dall'economia che ruota attorno ad *Internet*. In Italia i valori sono sensibilmente inferiori, però se li guardiamo dal punto di vista del potenziale, sono straordinariamente interessanti. Sempre in base a questa ricerca, nel 2010, in Italia, l'economia *Internet* pesava il 2,1% del Pil, qualcosa come 31 miliardi di euro. Le stime al 2015 danno una possibilità di arrivare ad una percentuale che va tra il 3.3% e il 4.3%, cioè andiamo verso i 59 miliardi di euro. Parliamo tra l'altro di una potenzialità, di un'opportunità che è alla portata di tutte le aziende, non solo di quelle grandi, anzi, sempre secondo questi studi, in realtà, andando ad analizzare le piccole e medie imprese, si è visto che le piccole imprese che sono attive su *Internet*, quindi non solo che sono presenti con un sito ma che si promuovono e che fanno *e-commerce*, fatturano di più, assumono di più, esportano di più. *Export*, credo che sia una parola di grandissimo valore oggi, in un contesto economico nel quale la crisi è assolutamente evidente. L'*export* rappresenta un fattore di opportunità che va assolutamente colto e quindi se un numero maggiore di imprese potesse intercettare questo potenziale, è evidente che avremmo un'opportunità di crescita anche in questo contesto di crisi. I nostri prodotti, prodotti che identificano il *made in Italy*, le nostre specificità locali, la nostra cultura, il nostro territorio, sono di grandissimo interesse all'estero, rappresentano un valore, c'è un *brand* italia. Se andate a vedere su *Google* le ricerche, il *brand* delle ricerche delle categorie di prodotti che in qualche modo ci possono identificare, è in crescita, dimostra un'opportunità, e allora bisogna coglierla. Tornando al tema dell'*export*, se ci pensate, fare esportazioni per una piccola impresa in passato era estremamente complesso e oneroso, significava avere la possibilità di fare degli investimenti sostanziali, prima ancora di cominciare, individuare i mercati potenziali di riferimento, avere un distributore, immobilizzare della merce: sono tutti costi, costi importanti che una piccola impresa non necessariamente era in grado di sostenere. Oggi, attraverso *Internet*, io ho la possibilità di sondare in modo semplice e spesso nemmeno minimamente costoso quali sono i mercati nei quali c'è un certo livello di interesse per i miei prodotti, provare a promuoverli, e attraverso l'*e-commerce*, costruire, con una singola

vendita per volta, il mio percorso di espansione. Ci sono imprese piccolissime, che fanno anche prodotti molto di nicchia, che in questo modo si sono costruite mercati mondiali. C'è un *atelier* a Venezia, che realizza maschere di cartapesta, che naturalmente ha un mercato molto limitato, ma promuovendosi attraverso *Internet* e vendendo attraverso l'*e-commerce*, oggi vende prevalentemente su mercati statunitensi, russi ecc. Oppure c'è un'altra piccola impresa, sono una quindicina di persone, che nel mantovano da 50 anni producono ombrelli. E' chiaro che nel momento in cui è arrivata la produzione di massa, dal mercato cinese, di bassissimo costo, non aveva più senso, non era più possibile per loro pensare di competere sul volume. Hanno deciso di spostarsi su una fascia assolutamente di nicchia, addirittura lavorando su prodotti unici, promuovendoli e vendendoli attraverso *Internet*. Oggi lavorano con 55 Paesi, continuano a fare ombrelli e continuano a farli da Mantova. Un aspetto che va assolutamente pensato, è che non hanno cambiato lavoro, non è che sono entrati nell'*Internet economy* facendo qualcosa di diverso rispetto a quello che facevano prima, non è che si sono messi ad offrire dei servizi di qualche genere basati su *Internet*. Questo è l'unico modo perché *Internet* possa portare un valore. Queste imprese continuano a fare quello che hanno sempre fatto, semplicemente utilizzano lo strumento *Internet* come opportunità che porta loro ulteriore valore. Poi *Internet* può essere anche una risposta importante alla priorità, che è stata enunciata anche dal nostro Presidente del Consiglio, di far crescere l'occupazione giovanile. I dati ci dicono che quando cresce l'utilizzo di *Internet*, la diffusione di *Internet* complessivamente all'interno del Paese, cresce l'occupazione e in particolare il lavoro giovanile. C'è uno studio della *London School of Economic* che dice che più 10 % di penetrazione e utilizzo di *Internet* equivale a un più 1.5% di occupazione giovanile, al netto dei posti di lavoro che *Internet* invece toglie, perché sappiamo tutti che rappresenta in alcuni casi uno strumento dirompente che, modificando la catena del valore, può comportare la perdita di determinate figure professionali. Allora bisogna puntare su *Internet* per portare i giovani nel mondo del lavoro, e sui giovani per portare l'Italia nell'economia digitale. C'è un circolo virtuoso che si può innestare e che stiamo cercando di fare con un progetto insieme a Unioncamere, che si chiama distretti sul *Web*: abbiamo mandato 20 giovani in 20 distretti italiani per 6 mesi, con l'obiettivo di fare un po', perdonatemi il termine che forse suona blasfemo, gli evangelizzatori delle opportunità del digitale, cioè di aiutare le imprese a capire dove sono queste opportunità e a coglierle. Se torniamo al video da cui siamo partiti, però, Zac ricorda che il valore forse più grande che viene portato da *Internet* è l'accesso all'informazione e allo stesso tempo la possibilità che offre a tutti di contribuire alla diffusione dell'informazione. Non sto parlando di giornalismo. Faccio un esempio: un'organizzazione *non profit* che utilizza gli strumenti del *Web* per costruire consapevolezza attorno al tema del quale si occupa - accogliere aiuti, organizzare volontariato, dare una voce e creare un'opinione attorno a un tema - non sta facendo informazione nel senso di giornalismo, sta senz'altro contribuendo alla costruzione di disponibilità di informazione e ha un'opportunità diretta di farsi ascoltare. C'è però una cosa che mi colpisce molto nelle parole di questo contadino Keniano. Quando parla del ruolo dell'informazione, dice correttamente che l'informazione è potere in quanto fornisce la possibilità alla persone di trovare delle soluzioni. Le informazioni conferiscono potere, ma è il modo in cui le usiamo che ci definisce come persone. Qui ci avviciniamo a una possibile risposta alla domanda se il *Web* ci renda liberi. Il *Web* è uno strumento, non è ontologicamente bene o male, dipende dall'uso che se ne fa. Sarebbe come chiedere se una penna ci rende liberi. Senz'altro ci sono penne nella storia che hanno aumentato la nostra libertà, ma ne esistono anche alcune che indubbiamente l'hanno ridotta. Non è la penna il problema, penso che su questo siamo tutti d'accordo. Allora, se dipende dall'uso che facciamo dello strumento, forse dobbiamo soffermarci su un concetto che è assolutamente fondamentale, che è quello della responsabilità

individuale. Quello che succede dentro la rete non è diverso da quello che succede nella vita reale. Io nella vita reale sono responsabile delle azioni che compio e lo stesso vale esattamente in *Internet*. Pensiamo ai fenomeni di *cyber-bullismo*. Un'altra delle sfide nella quale siamo impegnati come *Google* e nella quale sono impegnata io in prima persona, è proprio quella dell'educazione all'uso sicuro e responsabile della rete. Nella vita esistono delle regole, nella rete esistono delle regole, vanno rispettate in entrambi i contesti, per la propria sicurezza e per quella degli altri. Ho detto uso sicuro e responsabile, il binomio è inscindibile, perché non c'è sicurezza, non c'è tutela della *privacy* e sicurezza senza la consapevolezza e la responsabilità di quello che si sta facendo e allo stesso tempo non c'è la possibilità di garantirsi un uso responsabile se non si conoscono almeno le nozioni di base legate alla sicurezza. C'è una ricerca che è stata realizzata a livello europeo, in cui l'università cattolica di Milano rappresenta l'*hub* italiano, si chiama *Huge hit on line* ed è una ricerca che periodicamente fotografa l'attitudine di ragazzini di diverse fasce di età nei confronti dell'uso della tecnologia e di *Internet* nei diversi Paesi europei su una serie di parametri. L'osservazione più importante che emerge da questa ricerca è la distinzione che è necessario fare tra il rischio e il danno. Esistono dei rischi nella rete, non c'è dubbio, esistono dei rischi nella vita reale. Quando io insegno ai miei figli come andare in giro per strada, gli insegno ad attraversare la strada perché esiste il rischio che qualcuno li investa a passare con il verde, non vedo perché non dovrei dare ai miei figli lo stesso tipo di nozioni e di informazioni nel momento in cui quello che utilizzano è la rete. La distinzione tra il rischio e il danno è importante, perché se il rischio esiste e io so utilizzare lo strumento, sono preparato ad affrontare il rischio. Se dovessi incontrarlo, non subirei un danno, ma se io non sono preparato, alla prima occasione nella quale io mi confronto con il rischio, subisco il danno. Il problema esiste realmente e devo dire che il dato preoccupante della ricerca è che se andiamo a confrontare i ragazzini italiani rispetto a quelli di Paesi nei quali l'utilizzo di *Internet* è molto più avanzato come sistema Paese, vediamo che i bambini italiani sono meno esposti al rischio perché usano meno *Internet*. Questo dato non ci deve confortare, perché in realtà sono più esposti al danno proprio perché lo utilizzano di meno, sono meno preparati, sono meno formati, e c'è forse un'abdicare al ruolo di responsabilità nell'educazione all'uso dello strumento che fa sì che qualora dovessero incontrare il rischio sarebbero più esposti al danno. L'impegno a fare formazione all'uso responsabile della rete è una convinzione assolutamente condivisa con la polizia postale delle comunicazioni, che sapete essere la struttura nelle nostre forze di polizia dedicata al mondo di *Internet*. Da anni c'è con loro una collaborazione importantissima, ci sono progetti di attività educative. Ne menziono solo uno. Lo scorso anno il progetto che si chiama *Buono a sapersi*, ha permesso di formare più di 500mila studenti nelle scuole di tutta Italia.

Un'altra delle regole sulle quali siamo impegnati a far formazione è quella del rispetto del *copyright*, del diritto d'autore. Apparentemente potrebbe sembrare un tema distante, in realtà ci porta di nuovo al tema del valore economico, perché il diritto d'autore innanzitutto rappresenta un diritto e quindi in quanto tale va tutelato, ma rappresenta anche una possibilità di creare ulteriore valore dal punto di vista economico. Prendiamo per esempio *Youtube*: se un utente viola in più di un'occasione il diritto d'autore di qualcuno, il suo *account* viene disabilitato e non gli verrà più abilitato se non segue e supera un corso sul *copyright*. La cosa forse più interessante è che abbiamo sviluppato uno strumento, che è a disposizione di chi professionalmente produce contenuti e quindi da questi contenuti trae del *business*, del fatturato, il quale consente a queste organizzazioni di decidere che cosa fare nel momento in cui qualcuno carica sulla piattaforma un contenuto che viola il loro diritto d'autore. Possono decidere di bloccarlo, quindi di eliminarlo dalla piattaforma oppure di far ospitare della pubblicità su questo contenuto e naturalmente i proventi pubblicitari non vanno all'utente che ha caricato il video violando il diritto d'autore, ma vanno a chi

detiene questi diritti. Questo è un modo per far sì che alcuni aspetti, in cui la tecnologia indubbiamente risulta dirompente e modifica determinati parametri, possano anche essere parte della soluzione. Adesso non vorrei essere tacciata di apologia della rete, come chi ne vede solo gli aspetti positivi e non ne riconosce le complessità. Indubbiamente esistono complessità, però la mia conclusione è un'esortazione: se il *Web* è uno strumento, ed è uno strumento con grandi possibilità, usiamolo e usiamolo bene, e naturalmente non solo dal punto di vista tecnico.

DAVIDE RONDONI:

Grazie a Simona per queste finestre che hai aperto e che fanno vedere tante questioni e tanti problemi. Avevo solo un'osservazione sul video, se posso, sul simpatico Zac. Inizia dicendo: ho cercato le informazioni nei libri e non le ho trovate. Che libri erano?

SIMONA PANSERI:

Probabilmente gli unici che aveva a disposizione.

DAVIDE RONDONI:

L'osservazione è un'altra infatti. La cosa interessante è che poi deve fare la bacheca per la nonna, quindi c'è questa cosa molto divertente, nel senso vero della parola. Il problema non è appena dove trovi le informazioni, ma come fai dopo a condividerle eccetera, per cui una cosa che sembrava appartenere al passato, cioè il rudimentale attaccare un foglietto di carta, diventa invece il futuro di *Google*. La cosa interessante è questo continuo scambio tra passato e futuro, per cui non si capisce bene cosa è più futuro del passato. Questo è un problema su cui torneremo dopo, alla fine. La parola a Gianni Riotta che non ha bisogno...

SIMONA PANSERI:

Forse il presente

DAVIDE RONDONI:

E appunto questa è la cosa interessante, la nozione di presente. Ma ci siamo già addentrati un po' troppo in questioni filosofiche, quindi cedo la parola a Gianni Riotta che è un amico che non ha bisogno di presentazioni. È uno dei più importanti giornalisti italiani ed europei, ha fatto più o meno tutto quello che può fare un giornalista. In questi ultimi anni si è dedicato con grande autorevolezza ad approfondire questi temi legati sia al giornalismo che al tema dell'essere informati in generale. Questo libro che ha recentemente fatto, e che vi invito a leggere, affronta appunto il tema della libertà e del *Web*. A te Gianni.

GIANNI RIOTTA:

Grazie. Grazie a Davide, che è un vero amico multimediale, nel senso che qualunque tipo di comunicazione, stampa, televisione, *Web*, libri, presentazioni, chiacchierate, l'abbiamo fatte insieme. Quindi grazie di essere qui oggi. Grazie a Simona, che ha raccontato con grande attenzione e professionalità che cosa vuol dire oggi rappresentare, in un Paese che si sta avviando sempre più velocemente alla rivoluzione del *Web*, il canale attraverso cui poi la stragrande maggioranza delle persone normali, delle aziende, dell'economia, dei luoghi culturali arriva al *Web*, cioè *Google* e grazie a voi che siete venuti, in una giornata densa di impegni, densa di possibilità, una bella giornata ancora estiva, a discutere qui così numerosi. Vi ho già messo *Twitter*. Chi di voi è su *Twitter*? Facciamo un breve sondaggio. Ok, bene. Chi di voi segue chiocciola Riotta? Alla fine della seduta molte più mani, molte più. C'è anche chiocciola Davide Rondoni. E chi di voi è su *Facebook*? Ok. E

fa ricerca almeno una volta al giorno usando *Google*? Basta, questo sondaggio così amichevole per far vedere quanto è in Italia il livello di penetrazione della rete. Correggimi Simona se sbaglio, diciamo due terzi, un terzo, va bene? Due terzi, un terzo, che è peggio di altri Paesi occidentali, soprattutto nord europei. Però se guardate la rapidità con la quale entriamo nella rete, vedete che in realtà colmeremo la distanza dagli altri Paesi abbastanza velocemente. Fatemi dire una cosa che non è popolarissima ma che è importante. Qui voi siete a livelli superiori a quelli dei Paesi avanzati. In realtà, i due terzi dell'Italia che sono *online*, sono poi i due terzi che tirano il Paese in politica, cultura, economia, società. Il Paese c'è ed è già molto rappresentato. Poi dobbiamo chiedere alla politica di fare di più, perché ovviamente vengo da casa di mia madre, in Sicilia. Certamente i problemi di fascia che avete, di accesso alla banda che avete, appena uscite dalle grandi città, appena uscite dal centro-nord sono importanti, soprattutto per le comunità rurali, soprattutto per le comunità montane c'è il problema di portar su qualche volta la banda o il cavo da soli e queste sono questioni su cui dovremmo tutti quanti essere più vivaci. C'è il Ministro, prima abbiamo chiacchierato, e questa è una cosa su cui anche il Governo Letta potrebbe essere più incisivo di quelli che l'hanno preceduto. Vorrei farvi riflettere oggi su una domanda: il *Web* ci rende liberi? È il tema sul quale io ho riflettuto, sul quale Davide e Simona hanno pensato, stanno pensando con me. Davide ha pubblicato sull'*Avvenire* una recensione molto bella e molto importante del libro. Il vostro tema che v'ha portato qui è "Emergenza uomo". Allora io ho cercato di pensare: c'è un legame tra "emergenza uomo" e "se il *Web* ci rende liberi"? Secondo me sì. Oggi l'analisi sul *Web* è divisa in due grandi scuole. Quelli che pensano che grazie al *Web* vi passa anche l'accesso al dente, che io ho in questo momento, che credono che il *Web* non solo ci renda liberi ma risolva tutti i problemi dell'umanità e quelli che pensano invece che il *Web* è fonte di qualunque male dell'umanità. La rivista *Atlantic*, importante rivista americana, negli ultimi anni ha scritto che il *Web* ci rende ignoranti, che il *Web* ci rende soli, che il *Web* ci rende infelici. È ovvio che le due scuole, non voglio dire che abbiano torto tutte e due. Capisco che ciascuna ha una sua profondissima motivazione storica, perché è tale la speranza che abbiamo che il *Web* ci dia una mano a uscire dai guai nei quali ci troviamo, che ci andiamo ed è tale la paura che abbiamo che la tecnologia invece ci incarti ancora di più, che ci spaventiamo. In questo vostro ambito culturale è facile, è naturale usare il passato per spiegare il presente, per immaginare il futuro. Ci sono ambiti nel mondo in cui è più difficile, anche in Italia è più difficile. Ci sono ragazzi smanettoni che pensano che prima del computer non esistesse la cultura. Ma la cosa divertente sapete qual è? Che quando l'umanità si è trovata di fronte a salti tecnologici che investivano la cultura, ha sempre reagito come la nostra generazione sta reagendo all'*Internet*, cioè idolatrando oppure disprezzando. Chi di voi ha fatto il liceo classico di un tempo? Si ricorderà che Socrate diceva che la scrittura uccide la comunicazione. Aveva torto o aveva ragione Socrate? Naturalmente aveva torto, perché la scrittura non ha distrutto la comunicazione, l'ha preservata, ha preservato la cultura, ci permette di conoscere culture, voci, testimonianze che altrimenti avremmo perso per sempre. Però non è che avesse assolutamente torto, perché ovviamente questo tipo di comunicazione ha una superiorità. Un conto è sentire una lettura delle poesie di Rondoni e alla fine potergli dire "maestro ma quel verso che vuol dir?". Un conto è leggersele da soli, lontani e poi chiudere il libro. Non è che quella è un'esperienza di serie A o di serie B, è un'esperienza diversa ma quando abbiamo perso l'esperienza dell'oralità abbiamo perso un pezzo. Allora, prendete i ragazzi che seguono *Wikipedia*. Chi di voi va su *Wikipedia*? Bravissimo. Qual è il bello di *Wikipedia*? E' un'enciclopedia scritta collettivamente dagli autori in tutto il mondo, in tante lingue, che nasce ormai da parecchi anni e che quasi sempre, nelle videate *Google*, è la prima riga che vi viene e che si occupa di tutto il genere umano, di tutte le specificità. Alcune voci sono fatte dai più grandi studiosi di quel tema, alcune voci sono fatte da un

ragazzo, la mattina, prima di uscire di casa. Quindi grande disparità, però certamente è una grande opera collettiva dell'umanità. Molti ragazzi pensano che sia la prima grande opera con autore collettivo, per cui, se quando andate a scuola gli dite che tutti i canoni del sapere, non occidentale ma umano, l'*Iliade*, l'*Odissea*, la *Bibbia*, il ciclo epico indiano, sono opere collettive in cui tante persone, tanti autori si sono alternati, hanno scritto, hanno accettato, hanno respinto, si stupiscono e dicono: "Davvero non ci avevo pensato". Quindi in realtà *Wikipedia* non è una rottura rispetto alla tradizione culturale sia occidentale che orientale: è un ritorno. È un ritorno al passato, perché noi, la nostra generazione è cresciuta con l'ideale dell'autore romantico: uno scrive il libro, compone l'opera musicale, scolpisce nel marmo ed è uno. Invece gli antichi credevano molto nell'idea che Omero o altri grandi in realtà nascondessero tanti autori. Quindi c'è un ritorno all'autore collettivo. Se pensate un testo come l'*Iliade*, provate a scrivere tutti i supporti in cui è stato trasmesso. Prima era un signore che cantava durante un banchetto, suonava la lira e cantava. Poi il giorno successivo non gli piaceva tanto che uno morisse e non lo faceva più morire. Oppure un personaggio che gli era antipatico lo faceva morire e contribuiva così. Poi è stato scritto, è stato scritto su creta, è stato scritto su pergamena, su papiro, su tavoletta di cera, in forma di rotoli, in forma di libro, copiato a mano, stampato a macchina, poi portato al cinema, televisione, alla radio, sul *Web*. Ok? Lo stesso vale per la *Bibbia*. Vi ricordati i rotoli nel mar Morto? Prima veniva trasmessa attraverso quei fragilissimi rotoli, poi invece è stata messa nelle macchine, poi è stata messa sul *Web* e si va avanti. Noi oggi siamo completamente affascinati dalla tecnologia. Una volta, se voi volevate sapere la formazione o il risultato della partita Atalanta Spal di domenica 12 gennaio 1954 dovevate passare giorni e giorni e giorni di ricerca. Spesso dovevate andare a Milano, dal *Corriere della Sera* per richiederne una copia per pietà o in biblioteca. Adesso ci vogliono 20 secondi-30 secondi. E questo vale per tutto. Però noi continuiamo a non vedere, siamo affascinati dalla tecnologia. Questo piccolo telefono mi collega con tutti voi, mi collega col mondo, ci posso leggere, ci posso scrivere, posso fare quello che voglio. E non capiamo che la vera rivoluzione, quando c'è comunicazione, è il cambio dei contenuti. Quando io ragiono con i miei studenti, che sono ovviamente formati quando arrivano a me, già molto formati, dico: è la stampa che ha generato la riforma religiosa, la libertà di stampa, e poi la rivoluzione americana, la rivoluzione francese, la democrazia. E loro tendono a vedere un rapporto di causa-effetto tra Gutenberg che inventa il torchio a stampa e questi grandi fenomeni di rinnovamento religiosi politici, sociali, culturali. Peccato che la stampa sia stata inventata 100, 150 e 200 anni prima in Cina, in Corea, in Giappone. Anche lì: torchio, stampa, inchiostro. E non c'era nessuna rivoluzione. Non è che la Cina si è avviata alla riforma religiosa oppure in Giappone si è avviata la democrazia oppure il feudalesimo è finito in Corea. Quella stessa invenzione non ha prodotto nessuna rivoluzione tecnologica, nessuna rivoluzione sociale. Il torchio è rimasto lì. Perché la stessa cosa non accade da noi? C'è un ritratto famoso di Gutenberg con una barba a due pizzi: è un'immagine falsa, nessuno ha mai visto la faccia di Gutenberg, se la sono immaginata così. Gutenberg fallisce, la sua industria fallisce, si mette a fare specchi concavi, perché sperava con gli specchi concavi, alla fine delle processioni, di prendere le immagini dei santi che guizzavano, con delle macchine fotografiche mistiche. Gutenberg finisce in quel modo. La stampa di per sé non produce nessuna rivoluzione. Cosa faceva Gutenberg? Prendeva dei libri, delle Bibbie in latino e invece di copiarle come i monaci, le stampava. Il pubblico per quelle Bibbie era lo stesso, preti, cardinali aristocratici, qualche uomo di cultura. Non è cambiato niente. Improvvisamente a qualcuno viene l'idea di tradurre la Bibbia in tedesco, francese, spagnolo, italiano, inglese. Improvvisamente la possibilità che tu avevi, non più di copiare una Bibbia in un anno, ma di stamparne mille in un mese, diventa un fattore reale. La rivoluzione non è la tecnologia, è il cambio dei contenuti. Quando il cambio dei contenuti

accade, abbiamo Bibbie nelle lingue volgari, abbiamo i giornali, abbiamo le informazioni. Solo allora la capacità di riprodurre tecnologicamente e rapidamente quel contenuto diventa rivoluzionaria. Perché in Giappone, in Corea, in Cina l'invenzione dei torchi a stampa non provoca niente? Perché non c'è una società che è sull'orlo di una grande rivoluzione culturale, politica e sociale? Quando guardate a tutte le rivoluzioni tecnologiche che ci sono state della comunicazione, vedete che è sempre il cambio dei contenuti che produce il salto. In tutte le rivoluzioni della comunicazione, la ragione per la quale è stato inventato quello strumento non è mai quella per cui quello strumento si afferma. Il torchio a stampa viene inventato da Gutenberg per copiare Bibbie in latino, in greco e diventa poi lo strumento per scrivere libri, per fare romanzi sentimentali, per stampare i cicli cavallereschi, le poesie, l'informazione. Il telefono non era stato affatto inventato per il tipo di comunicazione per cui noi lo usiamo, ma per far comunicare uffici burocratici tra di loro, tanto è vero che se guardate i primi *business model* del telefono dicono "in campagna no" perché intanto al contadino che gli frega? Coltiva terra non telefonerà mai. Nelle case no, il telefono va solo in ufficio. La telefonia invece esplose immediatamente in campagna, perché alle persone che per secoli, per millenni erano state isolate, non sembrava vero di poter avere "Pronto, sono qua!". Anche a livello del telefono è stata una rivoluzione del contenuto che ha portato alla rivoluzione tecnologica. Se andate a guardare il grammofono, quando è stato inventato il grammofono... è fantastico. I dischi... qualcuno di voi si ricorda i dischi neri, c'era la puntina si mettevano *tararara*? Ok, menomale che non sono il solo che se ne ricorda. Quando è stato inventato il grammofono, era stato inventato come diario della famiglia, cioè si pensava che il padre incidesse la sua voce, così il bambino, il nonno: era il diario della famiglia. La gente dopo un po' dice: ma 'sto diario della famiglia, non ci potremmo mettere qualche aria dell'opera, qualche polka? Sì, mettono la musica e nel giro di pochissimi anni il famoso tenore italiano Enrico Caruso vende 4 milioni di dischi. 4 milioni di dischi! Tra la fine dell'800 e l'inizio del '900, una rivoluzione vera. Anche in questo caso il contenuto era stato cambiato. Il contenuto era stato cambiato. Lo stesso è vero per il telegrafo. Il telegrafo era stato pensato per comunicazioni di emergenza: SOS, il soccorso occorre subito. È cambiato ed abbiamo trasmesso gli articoli dei giornali, abbiamo trasmesso l'informazione della borsa eccetera. Allora, tornando al tema dell'emergenza uomo, io ho l'impressione che se io vi racconto che il grammofono è stato inventato per incidere il diario della famiglia, voi ridete, se io vi dico che Socrate pensava che la scrittura distruggesse la cultura, voi ridete. Vi posso far ridere per tutta la giornata e nel libro c'è scritto tutto quanto. Il grande caporedattore di Manuzio, il grande stampatore tipografo, inventore dell'editoria moderna a Venezia, Hieronimo Squarciafico, apre la porta e vede la stanza piena di libri e dice: "I libri stanno distruggendo la cultura". Lo scrive sfortunatamente per lui, perché dice: "Sai prima, prima di quest'invenzione del torchio a stampa, quanti libri esistevano? 100, 150, l'*Iliade*, l'*Odissea*, la *Bibbia*, Orazio, Catullo. Io nella mia vita me li potevo leggere tutti. Adesso ognuno stampa libri, Riotta stampa libri, la Panseri stampa libri, Rondoni stampa libri e il povero Squarciafico non può più leggere tutti i libri. Quindi la scrittura distrugge la cultura. E voi ridete e voi ridete. Io ho l'impressione che i nostri nipoti e pronipoti, i figli della Simona, quando guarderanno come noi usiamo il *Web*, rideranno, rideranno di noi esattamente come noi ridiamo dei nonni che usavano il disco per incidere la famiglia, rideranno di noi, perché noi fondamentalmente cosa stiamo facendo? Noi giornalisti, professori universitari continuiamo a riversare *online* i vecchi contenuti. Che cos'è un giornale *online*? Che cos'è il *Corriere della Sera*, la *Repubblica*, la *Stampa*, il *Sole 24 ore*, il *Messaggero*, la *Gazzetta dello Sport online*, che cos'è? Sono i giornali normali con delle notizie cretine che dovrebbero sollevare il nostro interesse. Ma è questa l'informazione *online*? È questa la cultura *online*? È prendere i vecchi contenuti e metterli *online*? Io non credo, non mi chiedete che cos'è perché poi i miei studenti a questo punto alzano le mani

e chiedono “E che cos’è?”. Gli dico: “Amore mio, se lo sapessi andrei da *Google*, glielo venderei e diventerei ricco e famoso”. Non lo so. Però so e voi sapete che i vecchi contenuti, cioè mettere la *Bibbia* in latino va benissimo, ma non è la rivoluzione. La rivoluzione è inventare nuovi contenuti. Se il tema sul quale ragioniamo è emergenza uomo, come ci può rendere liberi il *Web*? Come può il *Web* darci una mano a risolvere l'emergenza uomo o quanto meno a renderla da emergenza allarme, da allarme guaio, da guaio difficoltà, cioè a ridurne l'impatto negativo? Credo che la peculiarità del *Web*, come la peculiarità della stampa, sia il fatto che si può riprodurre dei contenuti molto velocemente. Quello che il *Web* ci offre è la capacità di creare comunità. Immediatamente ttete il vostro messaggio si diffonde nel mondo. Voi potete seguire i messaggi di tante altre persone e quindi, facendo l'esempio del mio vecchio mestiere, cioè dei giornali, dov'è che i giornali secondo me devono migliorare? Nella creazione di comunità. È inutile che tu metti il vecchio pezzo, il vecchio editoriale sullo sport, *online*. Non funziona più. Devi, dice Marco Bardazzi col quale discutiamo di queste cose tutto il giorno, devi creargli attorno una comunità. Devi poter discutere, potere ragionare, potere condividere, potere chiedere, potere chiedere. Prima come giornalista arrivavo in un Paese straniero, vedevo le cose, stampavo l'articolo e voi mi leggevate sul *Corriere della Sera*, sul *Sole 24 ore*, sulla *Stampa*. C'era un rapporto totalmente piramidale tra me e voi: io c'ero, voi non c'eravate, voi mi leggevate. Adesso quando ci sono gli scontri al Cairo o in Turchia per tutta la notte io, tramite *Twitter*, vi seguo, e c'è gente che ne sa molto più di me, perché c'è nata, c'è vissuta, suo padre abitava lì, sua madre abitava lì, quindi sono io in realtà che imparo, sono io. Probabilmente, rispetto a chi è testimone di quel pezzo della piazza, io posso avere qualche altro elemento. Vi ricordate quando eravamo bambini, c'era la *Settimana enigmistica*, si univano i puntini e alla fine, uniti tutti i puntini, usciva una figura. Allora chi sta lì sulla piazza può unire due puntini, io magari posso unire il puntino accanto avendo visto tante piazze, tante cose. Però mi affido anche alla rete. Hanno torto le persone che dicono che la rete ci salverà, hanno torto le persone che dicono che la rete ci perderà, però hanno torto anche le persone che pensano che la rete sia completamente neutra. C'è un famoso studioso di tecnologia, che si chiama Kranzberg, che dice che la tecnologia non è né buona né cattiva e neanche neutrale. Vi faccio un esempio. Se *Google* finalmente inventasse la macchina del tempo - onestamente Simona è quello che dovrete fare - una bella macchina del tempo, per cui io metto “googlesearch 1492” ...woom! “1912” ...woom! Ok? Questo lo potreste fare? Che vi costa? Io sono sicuro che ce l'hanno nel loro laboratorio nascosto, ma non hanno ancora un *business model*. Se noi qua avessimo questo strumento di *Google* ed entrassimo in una biblioteca medievale, in una sala di lettura di un monastero o di una grande università medievale, sapete cosa ci colpirebbe? Clamorosamente, il rumore. Perché nel Medioevo, prima dell'invenzione della stampa, siccome per sfruttare tutta la pagina si scriveva da margine a margine - non c'è bianco tra le righe perché ovviamente bisognava preservare quel poco di pergamena, quel poco che c'era -, leggere con gli occhi come noi leggiamo era impossibile. Guardate quanto bianco c'è in questa pagina. Io posso leggerlo con gli occhi. Allora invece si leggeva mormorando. Solo che se c'erano duecento persone che leggevano mormorando, c'era un grande rumore. Lo stesso fenomeno colpisce noi. Un monaco medievale entrando in una nostra biblioteca direbbe “che sta succedendo? Perché nessuno sta leggendo?”. Noi non sappiamo leggere il *Web*. Continuiamo a leggerlo come se fosse un libro, continuiamo a leggerlo come se fosse un giornale, continuiamo a leggerlo come se fosse una vecchia pergamena. Dobbiamo imparare a leggerlo e dobbiamo imparare a produrre contenuti per il mondo digitale, per la cultura digitale. Fatemi dare soltanto qualche esempio molto veloce di come il *Web* può migliorare l'emergenza uomo e di come la può peggiorare. Sicuramente il *Web* ha una grande capacità nichilista, perché se io detesto *Google* e detesto Simona Panseri, posso tutti i giorni svegliarmi e coprirli di contumelie senza che

nessuno mi dica niente. Sicuramente il *Web* ha una capacità di immediatezza per cui io, che ce l'ho con la signora che è seduta lì, in prima fila, le scrivo una roba che poi se la reincontro... ma se mi chiedo perché, non lo so, perché non ci ho pensato. Il *Web* ti dà l'immediatezza e l'immediatezza è un rischio. Quindi *online* c'è un grande rischio di populismo, c'è un grande rischio di aggressività, c'è un grande rischio di odio, c'è un grande rischio di negatività. Io non credo che sia colpa dell'*online*, su questo sono molto preciso. Io penso che siano mali che sono presenti nella nostra società, a cui il *Web* dà un altoparlante, ma non è che se dichiariamo oggi il *Web* fuorilegge, arrestiamo Simona e dichiariamo che in Italia non c'è più il *Web*, non c'è più la libertà di *Web*, questo populismo, questa negatività, questo nichilismo scompaiano. Rimangono lì dove sono, sono frutti della nostra società. Il *Web* li amplifica. Allo stesso tempo però abbiamo due strade attraverso cui possiamo ridurre l'emergenza uomo attraverso il *Web*. Una ve l'ho detta, è la comunità: invece che creare una comunità negativa, provare a partecipare a una comunità positiva. Io facevo sempre uno scherzo che oggi che ho mal di denti non posso fare. Quando venivano i ragazzi con la telecamerina e mi dicevano: "Ci deve dare un'intervista perché..." E gli dicevo: "Ma chi siete?" "Noi siamo dei cittadini, deve darci l'intervista; siamo giornalisti cittadini e quindi basta con il giornalismo professionale". Allora gli dicevo: "Vi do l'intervista, cittadini giornalisti, ve la do, però io sono un cittadino dentista, ho imparato a trapanare il dente del giudizio via *Google*, *Wikipedia*, *Youtube* e quindi io vi do un'intervista se dopo vi fate trapanare il dente da me cittadino dentista". Nessuno è più venuto. Adesso ho mal di denti e non posso più fare questo scherzo, però questo scherzo vale. La professionalità continua a contare *online*. Se la pagina *Wikipedia* è scritta da un docente universitario o da uno studente universitario o da me che sono un amatore, conta. E *online* dobbiamo essere capaci di capire chi gestisce l'informazione, come la distribuisce. *Google*, *Amazon*, *Youtube*, *Facebook*, i grandi canali di accesso alla comunicazione che noi abbiamo hanno molto potere e come tutti i poteri economici, culturali, sociali devono essere regolati. Però vedete, sul *New York Times*, ieri o ieri l'altro, Tom Friedman ha scritto una cosa molto interessante. È il quarantesimo compleanno di Brin, che è uno dei fondatori di *Google*, e Friedman argomentava in modo molto intelligente, molto intelligente: la famiglia di Brin è una famiglia russa, è stata fondamentalmente cacciata dall'Unione sovietica, dalla Russia quando lui era ancora bambino. Sono andati in America e lui ha inventato *Google*. *Google* ha prodotto un enorme potere per gli Stati Uniti, economico, sociale, culturale. Se le condizioni russe fossero state meno ostili a lui e alla sua famiglia, argomenta Friedman, avrebbe potuto fare *Google* in Russia? Non è che i russi non hanno inventato tecnologia nello spazio, sono stati per molti anni all'avanguardia, in matematica, in fisica, per molti decenni sono stati un Paese d'avanguardia. Ma è la libertà di creare la tecnologia che mancava, la libertà di condividere la tecnologia, la libertà di competere tra i vari sistemi. Allora è il modo in cui noi usiamo la tecnologia che fa la differenza. Per me *Google* non è né buono né cattivo e neppure neutrale. Dipende da come noi lo usiamo, dipende da come noi lo ingaggiamo. Per me *Facebook* non è né buono né cattivo. Calabresi, presentando il libro al salone del libro di Torino, dice: "Quando un bambino, quando un ragazzo, uno studente, un bambino arriva davanti a *Google* e ci mette dentro olocausto, gli escono insieme i siti dei negazionisti e Primo Levi". Vero, ma il problema è che voi i vostri figli non è che li mandate a guidare senza avergli fatto fare la scuola guida, non è che li lasciate liberi per Milano, per Torino, per Roma così, aprite la porta e dite "esci". Spiegate ammonite. Non è che la prima volta che avete fatto una ricerca in biblioteca il vostro professore vi ha detto "vai a fare la ricerca!". Vi ha spiegato i libri, le fonti, le fonti di prima mano, di seconda. Allora, se un ragazzo o una ragazza arriva su *Google* e nessuno gli ha spiegato mai come si usa, se poi il ragazzo fa disastri, non è colpa di *Google*. Non è che è colpa della Fiat o della Renault, della Porsche se uno che non ha la patente fa un incidente. È colpa di chi

l'ha messo. Allora l'emergenza uomo davanti alla tecnologia si risolve tornando al discorso di Socrate, spiegando che il libro non distrugge la cultura. Allo stesso tempo quando i nostri amici ci spiegano che perdere il giornale, perdere il libro, perdere la carta è perdere un pezzo, io sono il primo a dire "è vero", come nell'oralità si è perso un pezzo. Quindi dobbiamo trovare degli spazi in cui preservare ciò che altrimenti andrebbe perso. Uno spazio in cui noi, malgrado il *Web*, malgrado la stampa, difendiamo uno spazio per la cultura orale. Quando Davide va a fare la lettura dei suoi libri cosa fa? È uno spazio in cui lui, malgrado il *Web*, malgrado la carta, malgrado l'industria editoriale torna agli albori della poesia: un poeta legge, la gente ascolta e c'è un'interazione. Quindi anche nella cultura digitale dobbiamo difendere spazi così. Possiamo usarli per amplificarli, perché chi non viene da lontano ci può seguire, può intervenire, può mandare un *twitt* "ma che stupidaggine che hai detto?" e io gli rispondo "ma stupido sarà lei, sarai tu". Diventiamo amici, ok? Io mi auguro che l'anno venturo siamo qui con un tema in cui alla parola emergenza sia sostituita la parola speranza. Penso che il *Web* sia il campo di battaglia cruciale in cui questa battaglia si decide. In Egitto, in Turchia, in Vaticano, in Italia, negli Stati Uniti, in Russia, ovunque. Penso che il *Web* non sia l'opposizione tra mondo reale e mondo virtuale o eterno, come diceva prima Davide, il *Web* è il nostro modo di incontrare la realtà oggi. Come dimostra anche il contadino keniota. Allora il *Web* ci salverà o ci perderà a seconda di che valore noi ci metteremo. A seconda dei messaggi, dei contenuti nuovi - come emergenza uomo, emergenza donna, emergenza anziano, emergenza bambino - che vi porteremo dentro. Se ci riusciremo, non sarà merito del *Web*, sarà merito nostro. Se non ci riusciremo, non sarà colpa del *Web*, sarà colpa nostra. Grazie.

DAVIDE RONDONI:

Grazie a Gianni. Permettetemi tre brevissimi appunti che naturalmente non concludono i contributi dei nostri due amici ma sono come un rilancio. C'era un grande poeta francese che diceva così: "Ahimè, la mia carne è triste, eppure ho letto tutti i libri". Uno potrebbe conoscere tutti i contenuti che *Google* o altri presentano nel *Web* ma il problema della vita rimane questo: che cos'è che rende la mia carne meno triste? E infatti c'è stato chi ha pensato - e un po' nella filosofia del *Web* questo si riverbera - che un uomo è meno triste tanto più è informato. E invece già il buon Zac, ripreso dagli amici di *Google*, dice: non sono le informazioni che rendono meno triste la vita, ma è la conoscenza. Usa questa parola. Mia nonna aveva un'infinità di informazioni meno di me, ma non sono sicuro che fosse meno triste, perché appunto quello che rende la vita meno triste è la conoscenza o, come accennava adesso Gianni, il *Web* è un modo di rapporto con la realtà e il rapporto con la realtà porta come problema la conoscenza, non appena la quantità di informazioni, perché la presunzione di pensare che tanto più informazioni hai più conosci, è una presunzione che ha mostrato tutto il suo disastro: abbiamo un sacco di gente molto informata che fa disastri e gente poco informata che fa una vita più buona. Quindi il problema della conoscenza è come se il *Web* lo esaltasse, lo accendesse, lo rendesse ancora più incandescente, in un'epoca in cui invece sembra, e a volte anche il *Web* viene usato in questo modo, in cui sembra che l'unico problema sia l'abilità a fare, cioè l'abilità pratica, la capacità nel senso delle abilità. Il problema della vita non è innanzitutto una abilità, ma è un problema di conoscenza, cioè di quali sono i criteri con cui io incontro il reale, quali sono i criteri, quali sono i movimenti con cui io incontro la realtà, che è una realtà appunto, come diceva anche prima Gianni, complessa, dove non si può perdere, dove non si può censurare nulla. Le cose che lui ha detto, per dire un esempio, parlo di Gianni perché ho un po' più di familiarità, le cose che lui ha detto, se le avesse dette non con quell'accento siciliano che ogni tanto emergeva, sarebbero state diverse. Voglio dire che la verità di una comunicazione passa anche da un accento fuggente e se perdi quello, perdi anche un elemento della realtà. Quindi non è appena l'informazione ma è la

conoscenza il problema, e questo vale per uno che usa molto *Google*, lo usa poco, lo usa tanto. Il problema è lo stesso: si può leggere tutto, si può essere informati di tutto e rimanere tristi. E invece a noi ci interessa la gioia. La felicità è una cosa del Paradiso, ma la gioia è una cosa di qui, e quindi ci interessa la gioia, non l'informazione. Tanto è vero che, per esempio, con gli amici della Fondazione Claudi, facciamo delle cose di poesia perché la poesia, o la cultura, il guardare cosa è stato fatto nel passato serve alla conoscenza. Ma - e qui viene la seconda cosa che volevo dire - perché uno è appassionato alla conoscenza? Perché uno si sente in pericolo, perché se non ti senti in pericolo, cioè se non ti senti nella selva oscura come Dante, non vai su *Google* o *Virgilio* - gli internauti capiscono - per farti guidare nel percorso della conoscenza, cioè se non ti senti a rischio, la conoscenza non ti interessa. Oggi l'emergenza uomo riguarda il fatto appunto che l'uomo è a rischio, l'uomo è a rischio. C'è un'emergenza nel senso che stiamo rischiando di perdere la nostra umanità. Per questo la conoscenza è interessante, se no perché conoscere? E infatti la domanda che molti fanno è: non darmi la conoscenza, dammi qualche abilità per cavarmela, per cavarmela a fine mese, per cavarmela col conto in banca, per cavarmela nel prossimo problema che ho. Invece se un uomo si sente a rischio - Dante nella selva rischiava di perdersi, per quello gli interessava la conoscenza - se non hai più il senso del rischio, dell'emergenza, della conoscenza cosa te ne fai? Per questo il *Web* deve essere, può essere e deve essere un luogo in cui fare emergere questo rischio, questo senso della vita come rischio, come qualcosa in cui si perde ben di più che la faccia. Questa è la prima cosa. La seconda cosa, è che si usa una cosa pensando di capirla e si usa male, tanto è vero che magari ci guarderanno e diranno: questi scemi come la usavano male! Per esempio si è presunto, si presume spesso - questo sui più giovani, per esempio, è molto forte come pressione - che il *Web*, siccome fa comunicare molto, rompa la solitudine, mentre c'è un sacco di gente sola che comunica un casino. La solitudine non è rotta dalla comunicazione, la solitudine è rotta dall'amicizia e dall'amore, non dalla comunicazione; anzi, addirittura, ci può essere un'enfasi di comunicazione che aumenta la solitudine. Chiunque di noi fa un giro ogni tanto sul *Web*, si accorge dello show della solitudine, perché appunto la solitudine non è rotta dalla comunicazione. Questa è una grande ambiguità, che è stata buttata addosso soprattutto ai nostri giovani, creando una sorta di mostruosità. Questo non è neutrale, perché se un *social* ti usa la parola amicizia, che è una parola sacra, ti usa la parola amicizia per indicare quanta comunicazione puoi fare, sta giocando sporco e bisogna dirlo, perché la comunicazione è diversa dall'amicizia. Quindi non c'è neutralità e questo occorre saperlo, ma questo è un problema di conoscenza, se non conosci cos'è l'amicizia ti fottono, se non hai conoscenza dell'amicizia, l'amicizia può somigliare alla comunicazione. L'ultima cosa e finisco, ringraziando i nostri due ospiti, è che per fortuna la vita sfugge a ogni rete, sia la rete della vispa Teresa che cercava le farfalle, sia la rete in cui vogliono mettere i dissidenti di ogni posto. La vita sfugge a qualsiasi rete, anche a quelle invisibili. Sfugge non vuol dire che non ci può stare dentro comunicarsi, esprimersi, conoscersi, riconoscersi ma sfugge, sfugge ad ogni rete. E questa non è un'accezione negativa della rete. E' un'accezione positiva della vita, cioè è un riconoscimento di un valore imprevedibile della vita, di un valore infinito della vita. E allora è interessante la rete, può essere interessante la rete nel lavoro rispetto all'emergenza uomo se la rete - e può esserlo, lo sappiamo - diventa un ambito in cui la natura della vita, che è di sfuggire ad ogni rete, riesce a comunicare questa sua natura. Usare una rete come strumento per dire che si sfugge a ogni rete, è possibile, e lo stiamo facendo anche adesso. Ringrazio i nostri due ospiti per la disponibilità, per quello che ci hanno detto. So che rimarranno in giro per il Meeting, quindi chi vuole fermarli... c'è il libro di Gianni. Grazie a voi e buon appetito.

GUIDO GILI:

Il titolo di questo incontro è in apparenza semplice e immediato, ma in realtà pone una questione molto difficile. Credo perciò che questo titolo, per la questione che pone, meriti di essere affrontato seriamente: cosa ci rende liberi? Quali condizioni della nostra vita contribuiscono a renderci liberi? In che termini, tra queste condizioni, possiamo considerare il *Web*, cioè l'ambiente comunicativo digitale e le relazioni e le pratiche sociali ad esso associate?

Sappiamo che, in termini generali, essere liberi significa poter agire senza costrizioni, poter orientare autonomamente la propria azione secondo i propri fini; poter esprimere le proprie potenzialità e i propri talenti. La storia della filosofia e delle scienze umane vede un ininterrotto dibattito su questo tema: basti pensare alla famosa distinzione del pensatore liberale francese Benjamin Constant sulla libertà degli antichi e dei moderni per ricordare che la libertà si declina e viene intesa in modi diversi in epoche e in contesti storici e culturali diversi. In relazione all'ambito in cui si esercita, parliamo poi di libertà morale, giuridica, civile, politica, religiosa, economica, di pensiero, etc.

Anche noi, nella nostra esperienza, sappiamo che la libertà può assumere una pluralità di significati e di dimensioni, che possono essere più o meno rilevanti per ciascuno di noi e nei diversi contesti e situazioni. Senza alcuna pretesa di elencare e analizzare compiutamente questi significati, vorrei qui proporre alcuni e sviluppare qualche riflessione.

1. Ci rende liberi tutto ciò che abbatte o riduce un limite o un ostacolo che ci impedisce di rispondere ai nostri bisogni. In altri termini, ci rende liberi ciò che può trasformare una improbabilità in una probabilità.

Questo è forse il significato più immediato e evidente che attribuiamo al termine libertà. Lo spiego con un semplice esempio. Se io ho sete e ho davanti una bottiglia chiusa, mi rende libero ciò che mi consente di aprire la bottiglia e di bere. Quindi l'apribottiglie è uno strumento di libertà perché mi permette di rispondere a un mio bisogno, consentendomi di fare ciò che altrimenti non potrei fare.

Questa concezione di libertà è quella che viene tipicamente associata proprio alle tecnologie e ai media in particolare. È la teoria delle tecnologie e dei media come prolungamenti e potenziamenti delle nostre facoltà fisiche, sensoriali e psichiche, che è stata espressa in modo esemplare dall'antropologo Edward Hall (e ripresa anche, per altri aspetti, da Marshall McLuhan):

«Oggi - scrive Hall alla fine degli anni cinquanta - l'uomo ha sviluppato estensioni praticamente per tutto quello che era solito fare col proprio corpo. [...] I vestiti e le abitazioni sono estensioni del meccanismo biologico di controllo della temperatura. I mobili sostituiscono lo stare accovacciati o seduti sul pavimento. Le macchine utensili, gli occhiali, la televisione, i telefoni e i libri che portano la voce attraverso il tempo e lo spazio sono esempi di estensioni materiali. Il denaro è un modo di estendere e immagazzinare la forza lavoro. Le nostre reti di trasporto fanno oggi quello che un tempo facevamo con i piedi e con la schiena. Di fatto, tutti gli oggetti materiali fatti dall'uomo possono essere trattati come estensioni di ciò che l'uomo faceva con il proprio corpo o con una parte specializzata del proprio corpo».

Si può dire che questo brano sia il manifesto di questa concezione di libertà legata alle tecnologie e ai media. I media costituiscono delle risorse e degli strumenti di libertà perché ampliano e potenziano le nostre limitate funzioni e capacità fisiche, sensoriali o psichiche. Questa definizione non comprende però solo oggetti materiali o manufatti, come strumenti e macchine, ma va estesa anche a ogni simbolo o sistema di simboli (come il denaro) che consente l'interazione tra l'uomo e il suo ambiente e degli uomini tra loro.

È evidente che la parola-chiave di questa concezione di libertà è "potere": le tecnologie e i media mi consentono di poter fare qualcosa che altrimenti non potrei fare o comunque

farei con più fatica, in modo più inefficiente e precario. Grazie ai media possiamo contrastare la labilità della nostra memoria biologica fissandola su supporti materiali come i libri o le memorie magnetiche; possiamo superare l'improbabilità della distanza, dello spazio e del tempo; possiamo moltiplicare lo stesso messaggio infinite volte e inviarlo verso tanti interlocutori diversi.

Tutto questo vale naturalmente e a maggiore ragione per il *Web* e i nuovi media digitali che hanno potenziato enormemente queste possibilità ed altre ne hanno aperte. Pensiamo ad esempio al campo della medicina e alla possibilità di coordinare équipe di medici che operano a distanza di molti chilometri o alla possibilità di inserire piccolissime sonde intelligenti nel corpo del paziente. Ma questo vale per moltissime professioni e attività. Se io penso al mio lavoro, il *Web* senza dubbio mi offre possibilità che prima non potevo avere: di accedere a una quantità di fonti prima impensabile, di usare pacchetti statistici che mi permettono di esaminare fenomeni complessi e sviluppare sofisticate analisi quantitative e qualitative, di conversare e collaborare strettamente con colleghi in Italia e all'estero, di insegnare anche a distanza attraverso la modalità e-learning.

È indubbio che la digitalizzazione e il *Web* hanno potenziato moltissimo queste nostre capacità e il nostro potere. Quindi, da questo punto di vista, i media ci rendono più liberi. Ma nel tirare questa conclusione non dobbiamo dimenticare un punto importante: se le tecnologie sono sempre in qualche modo un avanzamento dell'umanità nel controllo dell'ambiente e delle proprie condizioni di azione, esse sono sempre incorporate socialmente ed economicamente, per cui agiscono sempre in modo selettivo. Non tutti possono usufruirne e se ne avvantaggiano allo stesso modo, per cui c'è un differenziale nella possibilità di utilizzarle o, ancor peggio, possono produrre vantaggi per alcuni e perdite per altri.

Due fenomeni vorrei richiamare alla vostra attenzione.

Il primo è quel processo, che è stato studiato a partire dagli anni settanta in riferimento ai mass media tradizionali, noto come *knowledge gap* o *divario di conoscenza*, e che oggi si ripropone anche a proposito dei media digitali ed è conosciuto come *digital divide*.

Secondo questa consolidata tradizione di ricerca i media non producono solamente l'effetto a lungo termine di agire come "equalizzatori informativi", ma presentano una duplice faccia. Da un lato diffondono contenuti e informazioni potenzialmente in grado di raggiungere chiunque in una maniera che possiamo definire senz'altro più "democratica", dall'altro lato però essi si rendono disponibili più per alcuni gruppi sociali che per altri creando così uno scarto di conoscenza e quindi di potere. Ragioni di natura economica, di capitale culturale e di capacità d'uso fanno sì che si crei un scarto di conoscenza per cui alcuni gruppi e categorie sociali si avvantaggiano dei media - e quindi anche dei nuovi media digitali - prima e in misura maggiore di altri.

Così un approccio realistico al *Web* e ai nuovi media digitali non ci deve far dimenticare che l'idea di un accesso universale al sapere attraverso la rete ha una componente mitologica (e anche ideologica). Non tutto il sapere disponibile in rete è a libero accesso, ma le informazioni dotate di maggior valore aggiunto (ad esempio l'informazione di qualità e le informazioni economiche e finanziarie) si comprano su siti e canali dedicati.

Certamente la rete ha democratizzato e liberalizzato la conoscenza, mettendo a disposizione di tutti una quantità di informazioni e di conoscenze superiore a quella disponibile in ogni epoca precedente, ma molta conoscenza "che vale", che "conta" resta un bene economico e quindi ad accesso limitato ad alcuni e non a tutti. E questo è un aspetto che aumenta il *knowledge gap* e il *digital divide*.

Il secondo aspetto che non dobbiamo dimenticare è che ogni innovazione tecnologica e comunicativa conduce alla creazione di nuove professioni e nuovi mestieri, ma anche al tramonto e all'estinzione di altri mestieri e professioni o alla loro radicale trasformazione. Questo non è mai dunque un processo indolore, ma comporta guadagni e perdite che non

sono equamente distribuiti nel corpo sociale, ma avvantaggiano alcuni e deprimono altri. Ad esempio qualche mese fa i giornali hanno riportato la notizia di una stagione di tagli nel settore bancario di circa 20 mila posti per effetto della crisi (un processo recessivo) e della digitalizzazione (quindi un processo che diremmo "progressivo"). Ma notizie simili, ormai, ne sentiamo quotidianamente a proposito di molte categorie di lavoratori. Per queste persone, la maggiore efficienza consentita dalle nuove tecnologie nell'uso delle facoltà umane (in questo caso intellettive) non produce necessariamente una maggiore libertà, ma al contrario, una sottrazione di libertà, di potere e di dignità personale (fattori tutti associati al lavoro). E tutto ciò può generare reazioni negative di smarrimento o di rabbia. Il prototipo delle reazioni negative alle innovazioni tecnologiche è costituito dal "luddismo", che è un termine ormai entrato nel vocabolario corrente per indicare un atteggiamento irrazionalistico di rifiuto delle macchine per proteggere il posto di lavoro minacciato dalla loro introduzione. In realtà, come ha osservato il sociologo francese Raymond Boudon, nell'orizzonte di esperienza di quegli operai che distruggevano i telai meccanici, quello appariva come un comportamento razionale perché si scagliava contro lo strumento materiale che minacciava il loro lavoro e le condizioni di vita delle loro famiglie. Certo, nello sguardo di un analista dei processi economici e sociali, che si poneva al di fuori e al di sopra di quel processo, il loro comportamento poteva apparire irrazionale, perché egli valutava che nel medio periodo quelle tecnologie produttive avrebbero creato più disponibilità di beni e più benessere all'intera società e anche maggiori possibilità di occupazione, ma questo *non era* lo sguardo di chi ne "subiva" nell'immediato gli effetti. Mi chiedo se oggi non possiamo dire la stessa cosa per ognuno di quei bancari espulsi dalla crisi e dal progresso della digitalizzazione o degli operai, degli impiegati, dei commercianti o dei giornalisti che subiscono gli effetti della razionalizzazione produttiva e organizzativa di cui la digitalizzazione è uno degli aspetti.

Vorrei farmi intendere bene sul senso di questo punto per non generare equivoci: il senso è che lo sguardo con cui guardiamo a questi processi non può essere solo lo sguardo dell'"insieme" o della "totalità" del sistema economico e sociale, ma uno sguardo che tenga conto anche del punto di vista, delle esigenze e dell'interesse del singolo individuo (e della sua famiglia) che non può essere scartato o messo ai margini in questo processo. Perché nessuno dovrebbe essere dimenticato o sacrificato.

2. Ci rende liberi tutto ciò che rimuove le forme di costrizione che possiamo subire dall'esterno e le forme di intrusione e manipolazione della nostra sfera interiore.

Vari autori hanno osservato che l'elemento - negativo - che fa da contrappeso alla più elevata "connettività" resa possibile dalla digitalizzazione e dalla rete è la perdita di privacy e l'intensificazione del controllo sociale.

Perdita della privacy e intensificazione del controllo sociale non derivano però, almeno nei paesi democratici, dal fatto che un potere autoritario possa utilizzare i nuovi media a fini repressivi (anche se non mancano inquietanti segnali in merito). Esse al contrario costituiscono sempre più delle condizioni necessarie (ma anche il "costo") per accedere a relazioni sociali allargate, al di là della cerchia della familiarità, cioè della nostra rete più prossima e immediata di rapporti.

Dove sta l'origine del fenomeno? Sta nel fatto che nella società attuale aumentano a dismisura le relazioni con interlocutori sconosciuti ed anonimi, per cui mutano anche radicalmente le condizioni della credibilità e della fiducia. Nelle relazioni di gruppo primario o comunitarie, la fiducia (o la sua mancanza) si fonda essenzialmente sulla conoscenza diretta e su rapporti interpersonali consolidati. Con l'ampliarsi delle cerchie di relazioni in cui ognuno di noi è ormai inserito, fino a quelle più astratte e anonime, aumenta l'*opacità* dell'interlocutore. Il problema oggi è la credibilità di persone distanti, estranee, anonime, di cui sappiamo poco o nulla, ma da cui dipendiamo per l'assolvimento di molti nostri bisogni. Un esempio immediato è quello dei prodotti alimentari che mangiamo o dei mezzi di

trasporto che prendiamo (e sono di queste settimane le notizie di gravissimi incidenti ferroviari o stradali e dell'intossicazione da frutti di bosco surgelati non trattati adeguatamente). In tutte queste e in molte altre situazioni (ad esempio in campo medico) ci dobbiamo affidare a degli estranei sulla base del presupposto che questi facciano onestamente e con competenza il loro mestiere.

Questo fatto di interagire con sconosciuti o di affidarsi a sconosciuti diventa ancora più evidente nelle relazioni in rete: vari autori hanno messo in luce che in rete aumenta il rischio di avere a che fare con interlocutori che offrono un'immagine di sé non veritiera, un'identità fittizia e artificiale che può favorire giochi opportunistici e ingannevoli.

Proprio per questo, per limitare i rischi nelle relazioni con estranei, un numero crescente di informazioni e di dati personali dovranno essere prodotti per assolvere determinati obblighi sociali; altri potranno essere richiesti espressamente per diminuire il rischio delle relazioni - pensate ad esempio alle transazioni economiche o agli acquisti in rete; altri ancora potranno essere registrati a insaputa dell'interessato nel momento in cui richiede o usufruisce di certi servizi (basti pensare a un semplice servizio come il telefono cellulare che tutti abbiamo e di cui sembra non possiamo più fare a meno, che consente - se ce ne fosse necessità - di sapere sempre con una ragionevole precisione dove ci troviamo).

La cessione di privacy e l'accettazione di un maggiore controllo sociale sulla nostra sfera di vita individuale è dunque il prezzo che paghiamo da un lato all'estensione delle relazioni in cui siamo coinvolti e dall'altra all'esigenza di sicurezza che il rapporto con altri sconosciuti e anonimi necessariamente richiede. Si tratta cioè di pretendere e di accettare a propria volta una serie di misure di auto-vincolamento nei confronti dell'interlocutore. La fiducia sarà accordata in base al fatto che chi chiede fiducia possa fornire delle "garanzie" sotto forma di informazioni su di sé e sulla sua situazione, sulla sua affidabilità o solvibilità. È quindi una forma di controllo "immanente" che si esercita, potremmo dire, per via amministrativa, non per via autoritaria.

Naturalmente, nelle nostre società, il controllo "per via amministrativa" non è solo reciproco, nel senso che tutti lo esercitano e lo subiscono nello stesso modo, poiché esso è esercitato soprattutto da grandi organizzazioni e istituzioni, anche della rete, che trattano normalmente con migliaia o milioni di interlocutori, cittadini, utenti, clienti. E questi dati - i *big data* di cui parla Riotta nel suo bel libro - potranno anche essere sommati, incrociati e utilizzati da chi - ad esempio per fini politici o commerciali - non vuole persuaderci, ma semplicemente intende "anticipare" i nostri desideri e le nostre decisioni perché conosce già bene le nostre abitudini, i nostri valori e i nostri stili di vita.

Allora le nuove tecnologie digitali aumentano le possibilità e le occasioni di controllo e di erosione della privacy? A mio avviso, la risposta è: indubbiamente sì.

Aumenta il controllo nella doppia forma di un controllo reciproco, di ciascuno verso tutti e di tutti verso ciascuno, e di un controllo centralizzato, da parte di istituzioni pubbliche e private che ormai fanno tante cose di noi. Quindi, da questo punto di vista, siamo potenzialmente meno liberi e più controllabili.

Ma ci sono almeno tre aspetti che vorrei mettere in luce e che rivelano il carattere in certo modo ambivalente e paradossale di questa crescita del controllo sociale.

In primo luogo questa crescente richiesta di dati come forma di controllo avviene spesso a fini pro-sociali, cioè diremmo, a fin di bene. Pensate alle misure prese dal precedente governo "tecnico" per ridurre l'evasione e il riciclaggio cercando di ridimensionare drasticamente i pagamenti in contanti in favore delle carte di credito e della moneta elettronica e quindi innalzando la tracciabilità delle nostre transazioni economiche. Una misura "a fin di bene", in questo caso un bene collettivo, che passa però attraverso un aumento del controllo sociale per via amministrativa.

In secondo luogo la cessione di "sovranità personale" ha dei caratteri che hanno a che fare con la libera adesione degli interessati. In tantissimi casi non c'è alcuna

espropriazione forzata o sottrazione occulta di dati e informazioni personali, ma questi sono forniti spontaneamente con un esplicito consenso. Quindi l'aumento del controllo per via amministrativa non è ritenuto particolarmente preoccupante. Naturalmente ci sono poi delle situazioni che rivelano che in realtà le cose non sono così semplici, come è accaduto ad esempio quando *Facebook* ha rivendicato la proprietà delle foto e dei video degli utenti, pur declinando ogni responsabilità sui contenuti presenti nel sito.

In terzo luogo il fatto che qualcuno "anticipi" i nostri orientamenti e i nostri desideri, interpellandoci attraverso forme di "marketing individualizzato" commerciale o politico, non è necessariamente visto come una intrusione o una forma più sottile di persuasione o manipolazione, ma può essere anche ritenuto addirittura positivo e gratificante, un aiuto ad orientarsi nella molteplicità delle scelte che costellano la nostra vita e quasi un riconoscimento alla nostra individualità.

3. Ci rende liberi ciò che ci consente di comunicare e instaurare relazioni con gli altri, cioè tutto ciò che combatte l'isolamento e la autoreferenzialità.

Questa forma di libertà richiede due condizioni. La prima è una condizione obiettiva, cioè la disponibilità e l'accesso a media attraverso cui possiamo comunicare con gli altri.

Questa condizione è già stata esaminata, sotto vari aspetti, nei due punti precedenti. La seconda condizione è invece una condizione che attiene al soggetto: la sua capacità di comunicare o, come si dice più tecnicamente, la sua competenza comunicativa.

A questo proposito possiamo dire allora: ci rende liberi tutto ciò che estende e rafforza la nostra capacità di comunicare, la nostra competenza comunicativa.

Se riferiamo questo discorso al *Web*, ci imbattiamo necessariamente nella famosa distinzione tra "nativi digitali" (*digital natives*) e "immigrati digitali" (*digital immigrants*) proposta nel 2001 dallo scrittore e conferenziere americano Marc Prensky. Come ormai tutti sanno, dal momento che questa distinzione gode di molta fortuna, l'espressione "nativi digitali" indica i giovanissimi, i quali sarebbero in grado di instaurare con i media digitali e con Internet un rapporto spontaneo e "naturale" poiché questi media fin dall'origine fanno parte dell'ambiente in cui sono cresciuti. L'espressione "immigrati digitali" indica invece gli adulti e la loro difficile acculturazione ai nuovi media, che implica sempre inabilità, diffidenze e resistenze. Il presupposto implicito di questa distinzione è ritenere che i "nativi" posseggano una competenza comunicativa, cioè una capacità di comunicare con la rete e attraverso la rete, molto più sviluppata degli "immigrati".

Va detto subito che questa distinzione, per quanto abbia avuto largo successo e venga continuamente citata e ripetuta, è ormai rifiutata da quasi tutti gli studiosi e gli esperti di media perché dotata di scarso valore esplicativo. Cioè perché spiega poco e male. Il suo limite, ciò che la rende poco utile, è proprio quello di basarsi su una concezione troppo ristretta e in fondo banale di competenza comunicativa.

Questa distinzione non convince e non funziona perché la supposta superiore competenza comunicativa dei nativi digitali comprende solo i livelli più elementari della competenza comunicativa, cioè la capacità materiale nell'usare i dispositivi tecnologici, nel maneggiare i programmi o nel navigare in rete. Ma è sufficiente questa competenza? Ed è di questa che c'è soprattutto bisogno? È sufficiente dire che le giovani generazioni sono più competenti dal punto di vista comunicativo perché scrivono più velocemente i messaggi sul cellulare, perché presentano una maggiore destrezza visiva e percettiva e una maggiore rapidità di esecuzione nei videogiochi, perché conoscono tutti i nuovi gadget tecnologici o perché partecipano a tutti i social network?

In realtà tutto questo lascia fuori le dimensioni più importanti e più elevate della competenza comunicativa, quelle che contano davvero. Per sapere davvero comunicare una persona deve sapere che cosa dice e che cosa ascolta, cioè saper comprendere e valutare i diversi significati che vengono comunicati (competenza relativa al "che cosa" comunicare); poi deve aver chiari gli scopi della propria comunicazione e deve saper

adattare la propria comunicazione a quegli scopi (competenza relativa al “perché” comunicare) e infine deve avere la capacità di tener conto degli interlocutori, dei loro ruoli e del contesto in cui interagisce (la competenza della relazione e del contesto). Ma il centro e il vertice della competenza comunicativa, come apprendiamo continuamente nella nostra esperienza quotidiana, è la capacità di assumere la prospettiva e il punto di vista dell’altro, cioè la capacità di tener conto delle sue aspettative, di immedesimarsi nelle sue ragioni (anche se non sono le “nostre” ragioni) e di tenerne conto.

Pensiamo ad esempio all’uso di un motore di ricerca. Qual è la competenza richiesta a chi usa i motori di ricerca? E sufficiente saper digitare, anche se velocemente, alcune parole e vedere cosa viene fuori? Certo sarà bene avere qualche nozione “tecnica” su come funziona la ricerca per parole-chiave, ma il problema vero non è forse: che cosa cerco? perché? quali sono le mie esigenze? quali fonti sono più credibili?

In sintesi: la competenza comunicativa riguarda i criteri di senso, i criteri di rilevanza e i criteri di pertinenza in base ai quali decidiamo di che cosa parlare, a chi, perché. In base ai quali decidiamo che cosa ricercare, a quale scopo e in che modo. Questi criteri non ci possono essere forniti da *Google* o da *Yahoo*, né si producono spontaneamente attraverso l’uso e la pratica della comunicazione in rete. Nell’uso, nella pratica in rete, questa competenza si prova, si affina, si estende, si rafforza ma il luogo d’origine di questa competenza, che possiamo definire “culturale”, sta altrove: essa emerge dalle esperienze, dalle relazioni, dagli incontri, dai luoghi nei quali le persone maturano gli orientamenti di senso che guidano la loro vita e che valgono nel *Web* e fuori del *Web*, on-line e off-line, a casa, a scuola, al lavoro, in politica.

Questi criteri di senso si possono ricavare solo da relazioni interpersonali significative, che possono anche avvenire in rete o essere mediate dalla rete, ma perlopiù si formano nel mondo della vita quotidiana, nelle relazioni con gli altri che per noi sono “importanti”, negli incontri significativi attraverso i quali scopriamo chi siamo, cosa vogliamo dalla vita, cosa conta per noi.

Allora il problema è: quali sono i luoghi in cui oggi nella nostra società è possibile che si formino questi criteri di senso il cui possesso ci rende effettivamente liberi? Solo una società in cui esistono luoghi di socialità, dalla famiglia alle relazioni amicali, ai luoghi dell’impegno religioso, sociale e politico, è capace di alimentare questa competenza comunicativa che vale in tutte le relazioni, nelle relazioni faccia a faccia come nelle relazioni in rete.

4. Ci rende liberi tutto ciò che genera, aumenta e rafforza il rispetto di noi stessi.

Qui vorrei assumere come punto di partenza un’osservazione di Amartya Sen, ripresa da Adam Smith, secondo cui «per un individuo il principale valore è di potersi considerare con rispetto». La libertà è dunque la possibilità di essere considerati con rispetto. Che io, prima di tutto, possa guardare a me stesso con rispetto e che possa essere guardato con rispetto dagli altri.

Il rispetto, come la libertà, presenta varie forme storiche ed è stato inteso in modi diversi. Il sociologo Richard Sennett, ha osservato che esistono diverse espressioni che possono essere assunte quali sinonimi di “rispetto”, come status, prestigio, onore, dignità, riconoscimento. Storicamente, ricorda Sennett, il rispetto è stato associato a tre caratteristiche personali principali, cioè è stato ritenuto meritevole di rispetto chi presentava una di queste tre caratteristiche:

1. Il possesso di abilità e competenze. Merita rispetto chi mette a frutto il suo talento, chi valorizza fino in fondo le proprie capacità. Questo è il rispetto collegato al sapere e al saper fare. Un bravo ricercatore, un bravo insegnante o un bravo artigiano, in questo senso, meritano rispetto.
2. La capacità di saper governare se stessi, di sapere autodeterminarsi. Merita rispetto dunque chi non attende passivamente benefici dalle circostanze o dagli altri, ma agisce

con raziocinio e determinazione per perseguire i propri scopi e obiettivi. Questo è il rispetto collegato alla decisione e all'azione. In questo senso merita rispetto, ad esempio, un bravo imprenditore.

3. La disponibilità a dare, ad offrire o donare qualcosa alla comunità. Merita rispetto chi si spende e si mette al servizio della comunità. Questo è il rispetto collegato alla generosità nelle relazioni sociali. Merita rispetto, in tal senso, chi esercita attività di volontariato e chi si mette al servizio degli altri, ma anche, aggiungerei, chi si dedica alla politica con "spirito di servizio".

Se osserviamo bene, tutte e tre queste forme di rispetto si collegano al tema del protagonismo. Merita rispetto chi è protagonista consapevole e libero della propria azione. Esiste dunque un nesso forte, in qualche modo costitutivo, tra libertà, rispetto e protagonismo. Libertà è essere protagonisti (come recitava il titolo di un *Meeting* di qualche anno fa), cioè soggetti coscienti, liberi e autonomi del proprio agire.

Questo tema del protagonismo è un tema che si presenta costantemente quando si parla del *Web*. Il *Web* ci rende protagonisti o dà una risposta al nostro bisogno di essere protagonisti?

Vari osservatori hanno messo in luce che molte manifestazioni dell'esperienza in rete, dai blog personali ai profili, possono essere lette come una ricerca della "visibilità" o, in negativo, come una "paura dell'invisibilità".

Questa ricerca, è stato variamente sottolineato, si può esprimere anche in forme distorte e aberranti: il "protagonismo indiscriminato" e ottenuto a tutti i costi; le identità spettacolarizzate tutte vissute sulla ribalta dei media; la mancanza di pudore con l'esibizione pubblica on-line della vita privata e del proprio retroscena personale. Si tratterebbe in questo caso di un effetto distorsivo del bisogno di protagonismo, esito di una cultura protesa verso l'esteriorità e l'immagine. Il prodotto di una *cultura narcisistica*, sostenuta e alimentata da tutta un'industria dell'identità costruita e artificiale, un vero e proprio marketing della presentazione del sé. Gli episodi, spesso riportati dalle cronache quotidiane, di adolescenti che si riprendono sui telefoni cellulari, anche in episodi devianti, sono espressioni estreme quanto sintomatiche di questa cultura dell'apparire e dell'identità spettacolarizzata (si pensi ad esempio alle bravate registrate e inserite su YouTube). Accanto a ciò non mancano gli esempi e le prove, innumerevoli, di protagonismo "attivo", che si esprime in forme di collaborazione e partecipazione in rete. I blog, i wiki e i social network possono essere i "luoghi" di questo protagonismo. Partecipare ad una discussione, offrendo il contributo del proprio punto di vista; contribuire a creare e a gestire servizi comuni e condivisi; coinvolgersi in forme di mobilitazione in rete su temi di rilevanza sociale e politica; partecipare a forme di "amicizia" operativa in rete, promuovendo o aderendo ad appelli, raccolte di firme o di fondi.

Evidentemente non è la rete che "crea" queste tendenze. Il bisogno di riconoscimento non si determina perché c'è *Facebook*. O la volontà di contribuire a un'impresa culturale comune perché c'è *Wikipedia*. O la volontà di partecipare politicamente perché c'è un forum di discussione politica o un appello alla mobilitazione in rete. Essi offrono delle nuove e inedite forme e opportunità in cui si incanala un bisogno e una volontà di azione che nasce nella nostra società e trova in rete delle particolari risposte.

Il bisogno di protagonismo è una caratteristica "emergenza" sociale del nostro tempo e risulta da una pluralità di processi strutturali e culturali diversi: il rifiuto dell'anonimato di una società in cui in tante relazioni le persone si sentono trattate come soggetti generici e anonimi; la trasformazione del concetto di autorità che porta alla valorizzazione delle relazioni orizzontali rispetto a quelle verticali; la ricerca di una più marcata reciprocità tra produttori e fruitori di prodotti e servizi; un accentuato processo di disintermediazione sociale per cui certe funzioni sociali non sono più demandate unicamente a sistemi e istituzioni specializzate, ma appaiono come funzioni diffuse esercitate da molti soggetti

sociali (educazione, comunicazione, azione politica, etc.). Accanto a ciò non si deve dimenticare anche l'influenza di modelli culturali orientati in senso individualistico ed anche narcisistico, alimentati dall'industria culturale e dai media di massa. Tutto ciò genera un complesso culturale con tendenze diverse, composite e a volte anche contraddittorie. Ma al di là di queste condizioni e forme storiche in cui si esprime, qual è il punto d'origine di questo bisogno? Che domanda "ultima" (*ultimate concern*) ci pone? Credo che la risposta più radicale e alla fine più convincente l'abbia fornita lo psicanalista Ronald Laing, il quale, riprendendo un'idea di William James, ha osservato che non c'è condizione peggiore di quella di colui che è perfettamente libero in un mondo in cui nessuno si accorge di lui. In cui non esiste per nessuno, non può condividere con nessuno quello che fa o pensa. In un mondo in cui la sua azione non produce conseguenze ed effetti sulla realtà. In cui è condannato insomma alla libertà dell'irrelevanza.

Attraverso queste forme, che si manifestano in rete e fuori dalla rete, le persone mostrano una esigenza di riconoscimento e di protagonismo che - sebbene presente talora in forme distorte, ma anche in tante forme positive e produttive - va colta e chiede voce ed espressione. È il bisogno di non essere "uno qualunque", ma di essere guardato, considerato, stimato dagli altri. Il bisogno di essere persone, cioè "qualcuno" e non "qualcosa", come ci ricorda un bellissimo libro di Robert Spaemann. Ed è il bisogno di partecipare, di essere utili, di spendersi per il bene della comunità, con l'avvertenza che oggi la "comunità" non è solo quella immediata, in cui ci riconosciamo con coloro che sono più vicini a noi e più simili a noi, ma anche quella comunità che ormai può essere il mondo intero e l'intera umanità.

Qui vorrei richiamare un punto importante, che è stato a mio avviso messo in luce profeticamente da McLuhan. Il bisogno di protagonismo è cresciuto nella coscienza delle persone nella nostra società, ma è anche una particolare sollecitazione e una "urgenza" dei tempi che stiamo vivendo. Tutti noi conosciamo la famosa espressione "villaggio globale", con cui McLuhan indicava il fatto che i nuovi media elettronici avrebbero creato un mondo della prossimità e della contemporaneità. Un mondo in cui tutti noi saremmo diventati vicini, prossimi a tutti gli altri. E la digitalizzazione e il *Web* hanno indubbiamente intensificato e portato a maggiore maturazione questo processo, che è il processo della globalizzazione comunicativa. Ma nei suoi ultimi scritti, non più ispirati dall'ottimismo un po' facilone delle sue prime e più famose opere, ma attraversati da un acuto senso della drammaticità e della ambivalenza dei nuovi media e dei nuovi tempi, McLuhan introduce un nuovo concetto: quello di "teatro globale".

Il termine villaggio globale conteneva un equivoco direi "naturalistico". Così come l'appartenenza al primitivo "villaggio tribale" derivava dalla nascita (in termini sociologici si parla di status ascritto o assegnato) così il coinvolgimento reciproco, la maggiore prossimità nel villaggio planetario sembra l'esito necessario dell'operare stesso delle tecnologie comunicative e, oggi, dei media digitali. L'espressione "teatro globale" contiene invece un importante spostamento di accento. Indica in modo drammatico il senso del coinvolgimento e della corresponsabilità in un mondo ormai "troppo piccolo", in cui *tutto ci riguarda da vicino*. «Il campo elettrico della simultaneità - oggi diremmo la connessione in rete - coinvolge tutti nelle problematiche altrui, e tutti gli individui, i loro desideri, le loro soddisfazioni sono compresenti nell'era della comunicazione». In questo senso «il pianeta è ormai un teatro globale in cui non si sono spettatori, ma solo attori».

Nel mondo di oggi siamo cioè in qualche modo "costretti" ad essere attori, cioè protagonisti, a farci parte attiva nei processi che coinvolgono gli uomini del nostro tempo. È un'obbligazione morale e politica propria del nostro tempo che riguarda tutti noi. Detto in altri termini, la risposta di Caino alla domanda di Dio, «dov'è tuo fratello?» «non lo so», non può essere più pronunciata senza mentire. In questo senso la possibilità di comunicare, di instaurare relazioni, di immedesimarsi nelle ragioni degli altri non è l'esito

antropologico e sociale necessario delle nuove tecnologie comunicative, ma può essere solo l'esito della scelta consapevole di chi le usa piegandole a fini "umani". La prossimità consentita dalla rete contiene una domanda, una sfida e una responsabilità alla quale non ci possiamo sottrarre.