

Andrea
Granelli

IL LATO (ANCORA PIÙ) OSCURO DEL DIGITALE

prefazione di David Bevilacqua
postfazione di Antonio Spadaro

NUOVO BREVIARIO PER (SOPRA)VIVERE
NELL'ERA DELLA RETE



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



LA SOCIETÀ

Saggi sugli aspetti rilevanti della contemporaneità

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it
e iscriversi nella homepage
al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail
le segnalazioni delle novità.

Andrea Granelli

**IL LATO
(ANCORA PIÙ)
OSCURO
DEL DIGITALE**

prefazione di David Bevilacqua

postfazione di Antonio Spadaro

**NUOVO BREVIARIO PER
(SOPRA)VIVERE NELL'ERA
DELLA RETE**

FrancoAngeli

Grafica della copertina: *Alessandro Petrini*

Copyright © 2013, seconda edizione 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

L'astuzia più grande del diavolo è convincerci che non esiste.

(Charles Baudelaire, *Petits poèmes en prose ou Le Spleen de Paris*)

Ciò che è veramente inquietante non è che il mondo si trasformi in un completo dominio della tecnica. Di gran lunga più inquietante è che l'uomo non è affatto preparato a questo radicale mutamento del mondo. Di gran lunga più inquietante è che non siamo ancora capaci di raggiungere, attraverso un pensiero meditante, un confronto adeguato con ciò che sta realmente emergendo nella nostra epoca.

(Martin Heidegger, *L'abbandono*)

Non c'è una storia universale che conduca dal selvaggio all'umanità, bensì una che porta dalla fionda alla megabomba.

(Theodor W. Adorno, *Dialettica negativa*)

Ma dove c'è il pericolo cresce anche ciò che salva.

(Friedrich Hölderlin, *Patmos, Hymnen*)

Dedicato a Rita, la mia compagna di sempre

Indice

Prefazione , di <i>David Bevilacqua</i>	pag. 13
1. Doverosa premessa e nota sulla nuova edizione	» 17
2. Il punto di partenza	» 32
1. Sorgenti che illuminano la riflessione sulla tecnica	» 32
2. Il digitale fra tecnofobia e stereotipi rassicuranti	» 36
3. I pionieri dello svelamento della rete	» 41
3. Il lato oscuro del digitale. Una riflessione sistematica	» 46
1. Supporto alla democrazia e all'equità?	» 48
2. Irrobustimento competitivo delle imprese?	» 58
3. Potenziamento del sé?	» 66
4. Creazione di capitale sociale?	» 79
5. Impatto ambientale trascurabile?	» 86
6. Facilitazione del libero mercato?	» 94

7. Garanzia e diffusione della cultura per tutti, rispetto della diversità?	pag. 100
8. Eternità dei dati e robustezza delle piattaforme ICT?	» 107
9. Il nuovo oppio dei popoli?	» 110
10. Frodi, virus e le nuove sfide alla sicurezza	» 113
11. La vendita di prodotti non controllati	» 120
12. Le zone d'ombra della libertà digitale	» 123
4. Che cosa è successo negli ultimi anni	» 126
1. I lati oscuri del “potenziamento del sé”	» 127
2. Il potere più che monopolistico dei “baroni del digitale”	» 130
3. Le piccole apocalissi quotidiane	» 132
4. I primi danni della criptomoneta	» 135
5. La presa del potere degli algoritmi	» 137
6. Il degrado dei social media (bullismo, odio e rumore di fondo)	» 141
7. L'affermazione della post-verità e l'emergenza degli sciami digitali	» 143
8. L'escalation terroristica grazie al digitale	» 145
9. Mercificazione dell'intimità e fine della privacy: le nuove ombre dei big data	» 149
10. La fine del lavoro...	» 152
5. Che cosa fare? Alcuni consigli pratici	» 155
1. Considerazioni preliminari	» 155
2. Andare oltre il <i>net criticism</i>	» 157

3. Per una nuova cultura e sensibilità al digitale	pag. 165
4. Alcune semplici raccomandazioni	» 172
5. I primi timidi comportamenti dei policy-makers e degli stakeholders del digitale	» 185
6. Digital humanities: un nuovo percorso verso la e-leadership	» 187
Postfazione , di <i>Antonio Spadaro S.I.</i>	» 193
Bibliografia	» 197

Prefazione

di David Bevilacqua, ex VP South Europe Cisco Systems, attualmente co-fondatore e presidente di Yoroi

Probabilmente da una persona come me, che ha vissuto tutta la sua vita professionale immersa nell'Information Technology, ci si aspetta una difesa appassionata delle tecnologie. Non sarà così, o meglio, non è questo l'intento con cui mi accingo a condividere il mio pensiero sul digitale con i lettori di questo libro. Non rifiuterò quindi a priori l'idea che il digitale abbia un lato oscuro: è chiaro che anche la tecnologia, soprattutto se vissuta come fine a se stessa e senza essere contestualizzata alla realtà, può rivelarsi inutile o, in alcuni casi, perfino dannosa. Così come è evidente che, soprattutto qui in Italia, per tanti anni i vendor di tecnologia si sono spesso limitati a svolgere un'azione commerciale orientata alla esclusiva vendita del prodotto, invece di "contaminare" le imprese e il territorio di quell'esperienza tecnologica che vivono tutti i giorni nelle loro aziende per creare quella cultura indispensabile affinché imprese di ogni dimensione, pubblica amministrazione e singoli individui potessero cogliere i benefici derivanti dalla tecnologia e metterli al servizio di una migliore produttività aziendale o di una migliore qualità della vita.

La tecnologia, in effetti, non dovrebbe mai essere considerata un fine, bensì come un mezzo: per lavorare meglio, per essere più produttivi, per risparmiare tempo, per evitare spostamenti, per accedere a informazioni e contenuti che, in precedenza, erano difficilmente raggiungibili.

La diffusione di Internet e delle tecnologie del Web 2.0 è stata dirompente e ha – come tutti i fenomeni che si sono autoalimentati – generato due fazioni ben distinte: quella degli entu-

siasti, che ne hanno colto subito l'enorme potere di disintermediazione, ignorando o minimizzando i potenziali rischi; e quella degli scettici che, per scarsa conoscenza o per timore di perdere il controllo, hanno demonizzato non soltanto Internet, ma tutto il mondo digitale.

Ciò che ho potuto osservare nel corso degli ultimi anni, sia come singolo individuo, che come manager di una multinazionale che ha adottato Internet in tutte le sue forme e sulla rete ha completamente reingegnerizzato i propri processi, è che bisogna superare due ostacoli: la scarsa cultura digitale che pervade il nostro Paese e ne rallenta il processo di rinnovamento, e la convinzione che introdurre tecnologie in azienda produca automaticamente dei benefici, senza richiedere alcuna forma di cambiamento organizzativo, di processo e di leadership.

Della mancanza di cultura digitale ho accennato in precedenza: è mancata in passato la capacità di fare sistema di tutte le parti coinvolte (aziende, istituzioni, influencer) per spiegare e far intravedere i vantaggi che derivano dall'adozione di tecnologie, ma non solo. Da anni insisto sul fatto che, per esempio, la tv generalista non parla di Internet, se non per dare notizia dei fatti di cronaca legati ai pericoli insiti nell'utilizzo della rete, creando un clima di sfiducia generale e alimentando le convinzioni di coloro che sono resistenti al cambiamento. Non sarebbe più costruttivo che la tv (che è ancora oggi il mezzo di informazione più diffuso nel nostro Paese) spiegasse alle persone come proteggersi e quali accorgimenti adottare per evitare i pericoli? Molti di noi avrebbero bisogno di andare "a scuola di Internet" che, non a caso, è il nome di un'iniziativa che da due anni a questa parte vede i dipendenti di Cisco e dei suoi partner attivi sul territorio nazionale per andare nelle scuole medie a spiegare a studenti, professori e genitori come ci si comporta su Internet, quali sono i pericoli, come evitarli. Il successo di questa iniziativa è enorme, soprattutto tra i genitori e gli insegnanti che si rendono conto di non poter impedire ai loro figli di usare Internet, ma sentono di non avere gli strumenti adeguati per indirizzarli verso un uso consapevole e informato. La televisione potrebbe raccontare di come trarre vantaggio dalle tecnologie di rete, evidenziando come grazie alla tecnologia potrà cambiare la sanità, la scuola, la pubblica amministrazione e più in generale l'ambiente e la qualità della vita

delle persone, creando quella cultura digitale di cui abbiamo così tanto bisogno per rilanciare il nostro Paese.

La mancanza di cultura è a mio avviso anche la causa della rallentata adozione di soluzioni tecnologiche da parte delle aziende italiane. Intanto, siamo ancora abituati a considerare la tecnologia come un costo, anziché come un investimento. In altre parole, per molte aziende la tecnologia è un male necessario, quando invece dovrebbe essere la leva su cui, una volta interpretati i cambiamenti in atto e deciso che li si voglia cavalcare, si rimodellano i processi aziendali. E insieme ai processi aziendali si dovrebbe rimodellare anche la mentalità di tutti i livelli dell'azienda: questa attività deve partire dal top management, che si deve fare promotore attivo e instancabile del cambiamento, mettendo in atto policy di *governance* e di *change management* che accelerino il processo di trasformazione. Non si tratta di fare corsi di formazione, ma piuttosto di cambiare la mentalità delle persone, educandole all'utilizzo delle tecnologie presenti e alle nuove modalità di interazione che la tecnologia rende possibili. Senza questo, i progetti tecnologici, anche i più innovativi, sono destinati a non mantenere le promesse. Ed è questo il punto centrale del libro di Andrea Granelli.

Si è tecnologicamente all'avanguardia se la tecnologia viene usata in modo razionale e intelligente per migliorare la qualità della vita: al lavoro, in famiglia, nell'educazione, nella vita sociale ed economica. Le persone – e non la tecnologia – devono essere al centro di tutte le decisioni e di tutti i processi.

Persone informate sui lati oscuri del digitale possono prendere decisioni consapevoli e beneficiare di tutti i vantaggi che il digitale porta nelle nostre vite, private e professionali.

1. Doverosa premessa e nota sulla nuova edizione

Perché una nuova edizione di questo libro? E perché a solo 4 anni di distanza? Perché molte cose – forse troppe – sono capitate nell’arena digitale e il tema dei lati oscuri, delle criticità della Rete è uscito dall’angolo remoto in cui i fornitori di soluzioni digitali e i loro prezzolati cantori l’avevano confinato ed è diventato – ahimè – argomento delle prime pagine dei giornali, creando al lettore non preparato – ansia e angoscia.

I (nuovi) lati oscuri toccano non solo le infrastrutture digitali e il mondo del lavoro ma anche la vita delle famiglie, il funzionamento degli Stati (dalle elezioni politiche fino alla sicurezza nazionale), il dispiegamento delle idee religiose oltre che naturalmente alimentare la criminalità.

E queste dimensioni problematiche – talvolta addirittura perniciose – nascoste dietro il funzionamento normale delle applicazioni digitali creano problemi soprattutto al neofita, aumentando il suo già naturale disorientamento verso qualcosa che è nuovo, potente e in continua trasformazione. Non ha infatti elementi per capire se ciò che sta facendo è utile (come atteso) oppure dannoso; se il funzionamento non previsto dipende da lui o da qualcos’altro; se l’anomalia evidente è causata da una rottura oppure è il prodotto di un’azione maligna...

L’origine del problema è nota. Le inesattezze e le falsificazioni di Wikipedia, il potere sotterraneo e avvolgente di Google, la finta democrazia digitale svelata dall’espressione *click-tivism*, il diluvio incontenibile della posta elettronica, il pauroso conto energetico dei *data centre*, i comportamenti scorretti dei nuovi

capitani dell'impresa digitale sono solo alcuni dei problemi emergenti. Questi fenomeni problematici legati al digitale, oggi ancora poco percepiti, ogni tanto (ri)affiorano – e con sempre maggiore intensità e frequenza –, anche se il pensiero prevalente tende a ributtarli, peraltro con sempre minore efficacia, nelle viscere della società o dietro schermi sempre più luccicanti.

Oltre a creare problemi di per sé, queste criticità stanno inducendo in particolare tre nuovi comportamenti – ogni giorno più diffusi e pervasivi – che, a mio modo di vedere, possono creare a loro volta ulteriori problemi: impoverimento informativo, alienazione informatica e pensiero unico del digitale. Fenomeni subdoli, poco appariscenti, ma in agguato e potenzialmente temibili. Il loro contrasto parte innanzitutto da un loro svelamento. La posta in gioco è molto alta. Non solo per gli sprechi e i danni che un cattivo utilizzo di queste potenti tecnologie comporta. Una disillusione del digitale causata da uno svelamento non guidato e contestualizzato di molti suoi errati utilizzi e false promesse – fenomeno in parte costitutivo e tipico, come ci ricorda la società Gartner Group, di ogni rivoluzione tecnologica – potrebbe essere drammatica, soprattutto in questa delicata fase dell'economia occidentale. Rischierebbe infatti di interrompere quel flusso di innovazione e sperimentazione – necessario soprattutto in tempi di crisi e di discontinuità – che è sempre accompagnato da sogni, spericolatezze, errori e rischi.

Il guardare con sospetto questi atteggiamenti – estremi, scomodi ma sempre connotati alla ricerca del nuovo – rischia di aprire nella ricerca legata al digitale una fase di conservazione, di sospettosità e di contabilizzazione ragionieristica dell'innovazione che può essere deleteria.

Un segnale importante è stato, per esempio, il *briefing article* dell'*Economist* del 12 gennaio 2013. Il titolo è di per sé già evocativo: *Innovation pessimism. Has the ideas machine broken down?*. L'articolo analizza perché si sta diffondendo l'idea che l'innovazione e le nuove tecnologie non riescano più a guidare la crescita. Tra i vari intervistati, Peter Thiel – uno dei fondatori di PayPal e il primo investitore esterno in Facebook – afferma per esempio che l'innovazione in America è «*somewhere between dire straits and dead*». Vengono in mente le riflessioni – fatte nel 1987 dal premio Nobel per l'economia Robert Solow – sui meccanismi della crescita economica. La sua affermazione bru-

ciante – chiamata successivamente *The Computer Paradox* – continua a rimanere valida e inquietante: «Possiamo vedere l'*era dei computer* dovunque tranne che nelle statistiche della produttività». Molti studiosi sostengono che i benefici di produttività di una tecnologia rivoluzionaria arrivano molto dopo. Ci sono voluti diversi decenni per *elettrificare* davvero l'economia, contribuendo a un differenziale di crescita.

La stampa ne ha richiesti molti di più. Se infatti consideriamo la sua invenzione, il procedimento comprendeva in sé varie invenzioni, fra cui nuove tecniche per la fusione dei caratteri e la messa a punto di un inchiostro in grado di aderire ai caratteri metallici. In ogni caso, anche considerando tutto ciò come una sola invenzione, per completarla furono necessari altri progressi determinanti. La rivoluzione della stampa viene evocata spesso come modello per la comprensione dell'importanza sociale delle nuove tecnologie, ma viene mal compreso e applicato. Osserva Scott Cook nel suo *Le rivoluzioni tecnologiche e il mito di Gutenberg*:

Il quadro della rivoluzione di Gutenberg che si trova nei libri di storia e nelle enciclopedie è inesatto sul piano storico e fuorviante dal punto di vista concettuale. Vorrebbe farci credere che una sola tecnologia nuova sia bastata a determinare rapidi e profondi cambiamenti nell'alfabetizzazione, nei metodi di apprendimento e nelle istituzioni sociali. Questo è ciò che io definisco il *mito di Gutenberg*, e non un fatto storico accertato.

Se analizziamo l'impatto della stampa nei primi 50 anni successivi alla sua invenzione, vediamo che vengono pubblicate circa 30.000 edizioni; un numero certamente molto rilevante e pari alla produzione complessiva del millennio precedente. Nel 1650 la tecnologia dei caratteri mobili era sì una realtà, ma non ci fu una conseguente trasformazione sociale nei processi di alfabetizzazione e istruzione. Anche se in alcuni settori della popolazione il livello di alfabetizzazione aumentò (grazie anche alla riforma protestante), l'analfabetismo a quell'epoca continuava a mantenersi in Europa intorno all'80%. Nel 1800 ancora la metà della popolazione totale era analfabeta; alla fine del secolo questa percentuale si era ridotta a meno del 10%. Pertanto – sostiene Cook – le premesse sociali e tecnologiche per rendere «il mondo della cultura [...] accessibile all'uomo comune»