

Il sangue della bestia Del contenuto dell'internet

La promessa

Ci sono promesse che paiono prefigurare un mondo nuovo nel momento stesso in cui si realizzano: salutate come il rimedio (sociale, politico, economico e cognitivo) a delle *impasse* che una società sente di dover affrontare, creano nuove condizioni sociali di possibilità, riconfigurando la linea sottile tra il possibile e l'impossibile. L'avvento della rete e il suo successivo consolidamento tra anni Novanta e anni Zero ha rappresentato uno dei maggiori fenomeni che nel corso dell'ultimo trentennio è stato accolto secondo questo crisma. A livello cognitivo la rete ha contribuito a una modificazione del nostro modo di approcciarci alla realtà, mentre sul piano economico ha permesso di raziona-

lizzare la produzione, la circolazione e la distribuzione, in un paradossale gioco di progressivo avvicinamento degli attori economici e allargamento del mercato globale. Secondo le lenti del paradigma economico dominante, internet è stato rappresentato come lo strumento ideale per intensificare e migliorare la portata e la frequenza di quelle tre fasi nell'ottica di una massimizzazione del bene sociale. «The largest legal creation of wealth in the history of the planet»: era questo il miracolo che ci si affrettava ad annunciare nei dintorni della Silicon Valley.

Sul versante sociologico, la creazione e lo sviluppo della rete testimonia una fiducia, forse un po' ingenua, in un'umanità diversa e liberata dai vincoli delle mediazioni, verticali e gerarchiche, che contraddistingueva-

no il «vecchio mondo». Collaborazione, interazione sociale, condivisione culturale al di fuori delle mediazioni istituzionali non sono solo i significanti vuoti con cui gli euforici del 2.0 parlano delle evoluzioni del web, ma sono state per molto tempo pratiche che hanno contribuito alla creazione della rete per come oggi si presenta. Pratiche fondate su un'idea di relazione sociale non disgiunta dalla dimensione più propriamente politica:

Vorremmo sostituire il potere radicato nella proprietà, nel privilegio, con il potere e l'unicità radicati nell'amore, nella riflessione, nell'intelligenza e nella creatività. Auspichiamo come sistema sociale, la creazione di una democrazia fondata sulla partecipazione individuale e guidata da due intenti principali: che la partecipazione individuale alle decisioni sociali determini la qualità e l'andamento della vita dell'individuo stesso; che la società sia strutturata in modo tale da incoraggiare l'autonomia negli uomini e fornisca ad essi i mezzi per la loro comune partecipazione.

Sembra uno dei tanti *mission statement* cui ci hanno abituati in questi anni le piattaforme di condivisione, ma l'estratto è parte di un documento che segna la data di nascita di uno dei più importanti movimenti studenteschi statunitensi degli anni Sessanta (il *Port Huron Statement* - 1962). Infatti, al di là del dato storico che vede l'archetipo di internet nel progetto militare ARPAnet, sono gli anni della protesta giovanile in America che fungono da incubatore ideale per il consolidamento e l'evoluzione sia della rete sia

delle tecnologie dell'informazione. Se il Dipartimento della Difesa ha ideato i condotti, la linfa ideologica a cui questi ultimi servono è stata offerta dai giovani pacifisti e comunitaristi degli anni Sessanta. C'è un filo rosso che lega da una parte i primi giovani californiani che volevano prolungare la loro ribellione attraverso algoritmi e codici e dall'altra i navigatori contemporanei; un filo rosso composto da alcuni concetti chiave: libertà, amicizia, gratuità di servizi, autonomia dell'individuo, uguaglianza.



La necessità

Eppure: più si considera e si studia un fenomeno storico particolare, più si sarà colti da un'irresistibile tendenza a rendere quello stesso fenomeno conseguenza ultima degli eventi ad esso antecedenti e causa prima di quelli futuri, in una doppia illusione *retrospettiva* e *prospettiva*. Individuare come naturale sbocco delle istanze studentesche degli anni Sessanta il consoli-

damento e la fortuna ideologica della rete fa parte di questa illusione. Significa selezionare solo una parte di ciò che è accaduto, condannando l'altra all'oblio, in virtù di quell'elemento che serve da sempre a far funzionare tutte le narrazioni degne di questo nome: la coerenza. In due sensi: da una parte significa leggere, *in nuce* a quei movimenti, *solo* l'elemento propedeutico a ciò che di lì a qualche decennio si realizzerà in maniera compiuta; dall'altra rendere gli anni Sessanta il primo e unico motore immobile di quella "bestia strana" che è internet. In maniera speculare, fingere che sia uno spazio edenico del futuro in cui trovano e troveranno diritto di cittadinanza uguaglianza, libertà, democrazia e benessere significa peccare di ingenuità o di falsa coscienza.

A un fenomeno e al suo successivo sviluppo concorrono infatti sempre cause e elementi eterogenei, alcuni più evidenti di altri. Quel grande luogo di immediatezza (intesa come accelerazione della comunicazione) e di disintermediazione apparente che è internet non è solo il frutto di una contestazione in parte fallita, ma è anche l'esito di una più ampia riformulazione della politica economica (con la neoliberalizzazione dei mercati), dei processi di produzione e del mercato del lavoro avvenuta tra gli anni Settanta e gli anni Novanta. In risposta alla crisi globale degli anni Settanta, nel settore della produzione e più in generale nel mercato del lavoro, i due mutamenti più considerevoli sono da una parte quelli di una riorganizzazione dei processi produttivi in ottica

internet, quel grande luogo di immediatezza, intesa come accelerazione della comunicazione, e di disintermediazione apparente non è solo il frutto di una contestazione in parte fallita, ma è anche l'esito di una più ampia riformulazione della politica economica

lean (la "produzione snella", orientata all'adeguamento della domanda di mercato, in cui fondamentali diventano gli investimenti sull'*Information and Communications Technology* (ICT) e sulla rete), dall'altra le politiche di riduzione dei salari e aumento della flessibilità del lavoro che vanno di pari passo con la progressiva tendenza delle aziende ad appaltare determinati funzioni e/o servizi (*l'outsourcing* delocalizzato). La funzione pratica della rete sembra aver rappresentato involontariamente una soluzione a quelle crisi macro-economiche, portando tuttavia a un'esacerbazione dei rimedi che erano stati proposti per fronteggiarle, soprattutto nella ricerca e nella gestione della forza-lavoro a basso costo. Uno scenario che, se comparato a quello attuale, allo stesso tempo conferma e smentisce la visione utopica che ha accompagnato il consolidamento di internet. Se la rete non è riuscita a creare quel benessere diffuso che veniva profetizzato nel corso degli anni Novanta, tuttavia ha creato possibilità inedite. Ha permesso al mercato di trovare soluzioni

sempre più *customer oriented* e all'utente modalità impensate per costituire la sua identità sociale; ha offerto agli individui mezzi immediati di partecipazione politica e di accesso alle informazioni, modificando fortemente la concezione del politico e il nostro rapporto con le notizie e il sapere

L'eppure tuttavia rimane e segnala come le due anime del web non si possano trattare separatamente, pena l'illusione prospettica cui si accennava alcune righe più su. Da una parte il bisogno di disintermediazione di matrice "sessantottina", quell'esigenza di ogni individuo di smarcarsi dallo stretto controllo a cui era sottoposto dalla tradizionale civiltà dei mediatori;

tercettare queste due dimensioni forse sarà necessario partire dal presente, da quello che, almeno in apparenza, ci sembra il nucleo gravitazionale del sistema- internet: noi, gli utenti.

Al centro dell'Information Age

Dicembre 2006. Sulla copertina dell'ultimo numero del *Time* – tradizionalmente dedicato a premiare la personalità più influente – giganteggiano su sfondo bianco una tastiera e un monitor, al centro del quale compare la scritta *You*. Leggermente più in basso, uno slogan: «Yes, you. You control the Information Age. Welcome to

your world». Al di là della discutibile serietà del premio – nel 2005 erano stati scelti Bono Vox, Bill e Melinda Gates in quanto *good samaritans* del nuovo millennio – la scelta intercetta un effettivo passaggio del web a una dimensione maggiormente incentrata sull'attività dell'utente.

Non è solo una questione di graduale semplificazione delle interfacce. Se già nel 2001, con la nascita di Wikipedia, l'esperienza e le conoscenze enciclopediche dell'utente contribuiscono alla creazione di una piattaforma, è tra 2003

e 2009 che la rete diventa progressivamente uno spazio fatto su misura per l'individuo, in cui iniziano ad avere diritto di cittadinanza l'utente in tut-



dall'altra la dialettica che si instaura tra il web e le diverse declinazioni della sfera economica che sulla sua superficie o dietro di essa esistono. Per in-

ta la sua totalità, fatta di idiosincrasie, gusti, passioni. Nel giro di tre anni vengono fondate alcune delle piattaforme che puntano proprio su questa tipologia di servizio: MySpace (2003), YouTube (2004), Facebook (2004), Twitter (2006), per citare solo alcune tra le più famose. La tendenza va di pari passo con la stagione dei blog che anticipano certi tratti e caratteristiche della fase più propriamente *social*, definitivamente caratterizzata dal *User Generated Content*, il contenuto creato direttamente dall'utente. È un passaggio fondamentale in cui \ un paradigma fondato maggiormente sulla partecipazione a uno basato sull'espressione. Ciò non significa la totale scomparsa di una forma a favore dell'altra ma, più realisticamente, che forme di condivisione collettiva e progettuale (forum, discussioni online, progetti di condivisione del sapere come Wikipedia...) iniziano ad avere meno importanza rispetto a quelle opportunità individuali offerte dal web 2.0. e sentite come emancipative per l'espressione del sé.

Speculare a questa tendenza, emerge una nuova politica di gestione dei contenuti informativi, fortemente promossa dai futuri monopoli della rete (nell'ordine: Amazon, Google, Facebook): la personalizzazione delle ricerche. La logica del filtraggio, della selezione continua, si evolve tuttavia di pari passo con l'ambizione di avvicinare sempre più i contenuti agli inte-

ressi propri di ogni singolo individuo. Non semplicemente immediatezza tra desiderio dell'utente e suo soddisfacimento, ma anche l'ambizione di prevedere il desiderio stesso.

Due testimonianze riprese dai profeti di internet esemplificano al meglio questa tendenza. Ricordando i primi passi di Amazon, l'amministratore delegato Jeff Bezos ha affermato che l'azienda nasceva con l'intenzione originaria di spostare online la vendita di libri, «ritornando ai tempi in cui i piccoli librai ci conoscevano e ci dicevano cose del tipo: "So che le piace John Irving. Sa che c'è qui c'è questo nuovo autore, credo assomigli molto a John Irving"». Da una prospettiva diversa,

Larry Page (patron di Google): «Il motore di ricerca ideale deve capire esattamente quello che cerchi e darti esattamente quello che desideri». Un sogno che oggi coincide

sempre di più con la realtà. Nel 2009, proprio attraverso Google – uno dei mediatori principali dei nostri accessi ai contenuti web – la rete diventa uno spazio a misura di individuo. Selezionando e ordinando i risultati di ricerca secondo le tracce lasciate dall'utente stesso (cookies, utilizzo di applicazioni, geolocalizzazione, *click signal*,...), le piattaforme ci tendono per mano nei nostri viaggi nel vasto mondo dell'accesso a prodotti e contenuti materiali e immateriali, ponendoci al centro di esso.

Produzione e ricezione come due

*si passa da un
paradigma fondato
maggiormente sulla
partecipazione a uno
basato sull'espressione*

possibilità rese immediate, a disposizione dell'individuo nelle sue varie declinazioni: creatore, consumatore, essere sociale, lavoratore, ecc. Il creatore, diventato anche editore di se stesso, avrà la possibilità di raggiungere più facilmente un pubblico che potrà apprezzare la sua opera o la sua *app*, se valida (*meritocrazia* diventa la parola chiave); il consumatore potrà scegliere il prodotto adatto alle proprie esigenze, facendo affidamento sulle abitudini di acquisto e su recensioni di altri utenti simili a lui, a cui potrà chiedere direttamente delucidazioni su un prodotto prima di acquistarlo (in un gioco per cui l'acquirente passato si fa commesso e consigliere per quello futuro); le occasioni per il "sé sociale" di dire quello che pensa («a che cosa stai pensando?» recita lo spazio di scrittura degli stati Facebook),

di valutare e di osservare ciò che esprimono o apprezzano gli altri aumenterà a dismisura, con il solo limite imposto dall'interfaccia del servizio che si sta utilizzando; il lavoratore europeo iperspecializzato potrà creare reti pro-

fessionali attraverso LinkedIn a caccia di un'offerta di lavoro migliore, mentre quello con nessuna specializzazione avrà comunque la possibilità di arrotondare il suo stipendio con lavoretti da dieci-quindici minuti massimo (con AmazonTurk si guadagnano dai 0,05 \$ al

minuto: più si è veloci, più si guadagna). Lo spazio di possibilità è immenso e a portata di clic. I canti di gioia si levano alti sia dalla parte dei fautori della disintermediazio-

ne, sia da quella dei proprietari delle piattaforme online che di quella immediata disintermediazione, di quella continua ansia di espressione del sé e



*lo spazio
di possibilità
è immenso
e a portata di clic*

connessione con gli altri fanno la fonte di una straordinaria ricchezza.

Mediatori al di sotto della superficie

Benvenuti nel nostro mondo quindi. Ma a veder bene, quali sono le regole di questo mondo? Quanto può essere effettivamente vero che un mondo virtuale – che replica *anche* meccanismi reali – poggi esclusivamente su un paradigma come quello dell'immediatezza, inteso nella doppia accezione di velocità e di disintermediazione? La retorica dominante vede nell'utente-individuo il grande mediatore della realtà assieme alla sua controparte collettiva, quella della massa degli utenti: sembrano essere le coscienze di questi due attori ad avere il potere di autoregolamentare la bestia strana, come la copertina del *Time* e la nostra stessa esperienza di utenti suggeriscono. Evidentemente quella che ci stiamo raccontando è una narrazione semplificante. Si dovrà allora smettere di volare ad altezza web e capire ciò che permette quell'apparente immediatezza al di là della rete (da un punto di vista pratico, tecnico e materiale) e al di qua di essa (da una prospettiva che, indagando la superficie, intraveda la visione del mondo che la sostanzia, i valori su cui essa poggia).

Partendo dall'atto pratico: l'algoritmo è il vero mediatore di tutto ciò che passa attraverso internet e, più in generale, attraverso le tecnologie dell'informazione. Se l'utente oggi si trova al centro del mondo iperconnesso è soprattutto perché la sua parte-

cipazione e le sue attività all'interno ne permettono una profilazione a più livelli (dai gusti ai tratti psichici), facendolo diventare, prima di tutto, una categoria merceologica. Un problema che ha iniziato a porsi alla coscienza della comunità virtuale a seguito della vittoria di Donald Trump alle presidenziali statunitensi, nel momento in cui un'enorme quantità di dati, rilasciati dagli utenti-elettori americani, è stata analizzata e impiegata per pianificare una campagna elettorale mirata, facendo leva su paure e interessi degli elettori. Brad Parscale, guru digitale del presidente Trump, è molto chiaro in questo senso:

«Facebook, Snapchat, Google, Twitter... Quando investi poco meno di 300 milioni di dollari dei quali 100 milioni solo su Facebook, molte persone vengono a bussare alla tua porta. Quelli della Silicon Valley ti mandano i loro uomini migliori. Li abbiamo avuti al nostro fianco per rendere i messaggi più efficaci. Ci hanno spiegato quali strumenti usare per arrivare dove volevamo arrivare. Non capisco lo scandalo. Sono aziende private: spendi in pubblicità sulle loro piattaforme e ti forniscono supporto»

«Non capisco lo scandalo». Il candore, in questo caso simulato, di Parscale replica l'atteggiamento che tutti noi abbiamo nei confronti della gestione degli algoritmi. Siamo consapevoli della loro esistenza e del fatto che la tracciabilità e l'analisi delle nostre vite online e offline avvenga tramite il loro utilizzo, ma questa sembra essere una variabile che, se prendiamo in considerazione, appare naturale

*se prima era lo
Stato-mediatore
a limitare i monopoli
in nome di un interesse
democratico, ora sono
i monopoli che in nome
di quello stesso interesse
possono limitare
le funzioni dello Stato*

come l'aria che respiriamo.

Questa naturalizzazione dell'algoritmo (e in particolare della gestione dei nostri dati a fini commerciali) permette due considerazioni generali rispetto alla macro-questione dell'immediatezza. La prima: un potere di questo tipo in mano esclusiva di pochi soggetti privati, non fa problema; diversamente accade se a gestirlo è un'istituzione pubblica. Lo dice bene Michele Mezza nel suo ultimo libro *Algoritmi di libertà*, quando ricorda un episodio avvenuto nel 2016 dopo l'attentato terroristico di San Bernardino. In quell'occasione un giudice federale ordinò alla Apple di rendere decrittabile il codice iOS dell'iPhone del terrorista. L'azienda rifiutò, spiegando che l'interesse dei suoi utenti era prevalente rispetto alle leggi di uno Stato. Il ribaltamento è avvenuto e le grandi corporazioni private hanno assunto la veste di cavalieri della libertà, cavalcando «una richiesta di maggiore autonomia che considera la tecnologia strumento e alleato della propria emancipazione rispetto al moloch statale», in un capovolgimento inedito nella storia del capitalismo. Se

prima era lo Stato-mediatore a limitare i monopoli in nome di un interesse democratico, ora sono i monopoli che in nome di quello stesso interesse possono limitare le funzioni dello Stato.

La seconda considerazione sulla naturalizzazione dell'algoritmo è di portata più generale e ha più il sapore di una suggestione. L'algoritmo è un procedimento matematico orientato a ottimizzare una sequenza di operazioni per risolvere un problema, offrendo una soluzione che tende a essere percepita come l'unica possibile. Questa natura intrinseca dell'algoritmo lo rende effettivamente il primo motore dell'immediatezza. Da una parte elimina lo spazio stesso della mediazione, sostituendolo con una procedura stabilita per raggiungere la soluzione; dall'altra velocizza lo stesso processo che conduce dal problema alla soluzione. In quest'ottica gli algoritmi (e, dietro, i loro proprietari) divengono gli unici veri attori della mediazione, gli unici che effettivamente «controllano l'*Information Age*», in nome di due principi basilari: l'efficacia e la neutralità. L'esattezza del calcolo, la perfezione algoritmica *funzionano* nella gestione di un enorme quantitativo di dati; proprio per questo, sono elementi che si prestano meglio di altri a essere elevati al ruolo di mediatore neutro. In un'epoca in cui le tradizionali fonti di autorità sono più facilmente esposte all'accusa di offrire una prospettiva parziale e ideologica, ecco che il paradigma della neutralità algoritmica (frutto di una società che ormai da un trentennio è pronta a cantare il *requiem* delle ideologie) si presenta come il mi-

gliore arbitro di gestione della società nelle sue varie forme. Se la democrazia produce compromessi, la tecnocrazia produce soluzioni: questo è, tra i tanti, l'elemento di fascinazione che rende il web 2.0 attraente agli occhi di tutti noi. Il prezzo, forse, va ben al di là della profilazione della nostra attività online a scopi politici o commerciali ed è da rinvenire in una modifica silente e profonda del modo in cui pensiamo la nostra società e le possibilità di agirla, attraverso una sottile opera di convincimento che propone un'unica soluzione a un determinato problema. Evidentemente le soluzioni non sono mai univoche e necessarie, nemmeno quelle proposte da un algoritmo: dietro il concetto naturale di necessità molte volte si nasconde quello ben più prosaico di dominio e di violenza dell'uomo sull'uomo.

Mediatori al di sopra della superficie

Ma se si provasse a volgere lo sguardo dall'*al di là* della rete e delle sue profondità (tutto ciò che nella pratica rende possibile il suo darsi come infrastruttura apparentemente naturale), guardando all'*al di qua* e a quelle strutture di pensiero, di valori, e di logiche che fondano l'esperienza virtuale oggi, che cosa si vedrebbe? A venirci in aiuto è in questo caso la faccia sessantottina della storia della rete, recuperata nel web 2.0 in maniera superficiale: socializzazione e amicizia, democratizzazione dell'informazione e dell'espressione.

Partiamo dalla prima dimensione che più sembra rappresentare uno dei

poli attrattivi del web 2.0. la tensione verso il *social*. La storia del consolidamento del paradigma *social* è anche la storia del superamento di un limite ben preciso, quello del cosiddetto "numero di Dunbar", il 150, considerato il limite teorico medio di relazioni sociali stabili che un individuo è in grado di mantenere, conoscendo l'identità di ciascuna persona e le relazioni che quest'ultima intrattiene con le altre. Piattaforme come Facebook, Instagram, Twitter, rompono questa regola, permettendo da una parte di dare sostanza anche a tutte quegli incontri labili e fortuiti che ci capitano durante la nostra vita quotidiana "offline" (appena tornati a casa ci premuriamo di aggiungere tra gli "amici", la persona con cui abbiamo scambiato quattro chiacchiere per la prima volta), dall'altra di interessare relazioni senza che effettivamente ci sia mai stato anche un effettivo contatto. Possiamo vedere come se la passa il nostro vecchio amico delle elementari («sai che Gianluca ora è in Australia e ha già tre figlie?

*gli algoritmi
(e, dietro,
i loro proprietari)
divengono gli unici veri
attori della mediazione,
gli unici che
effettivamente «controllano
l'Information Age»,
in nome di due principi
basilari:
l'efficacia e la neutralità*

Pazzesco!); capire meglio che cosa fa e chi è la persona con cui abbiamo parlato per la prima volta poche ore prima o essere aggiornati sui movimenti della nostra star preferita («hai visto il nuovo tatuaggio di Fedez?»). Al di là di queste possibilità inedite, il superamento della soglia delle 150 relazioni

forse ci può dire qualcosa di più sul modo in cui concetti come “amicizia” e “relazione sociale” sono concepiti. Passare da una ventina di amicizie offline alle trecento online (questa la media ricavata da uno studio del 2013) determina un passaggio dalla qualità della relazione alla quantità della stessa: significa pensare agli amici come risorse disponibili, come un enorme serbatoio a cui attingere in funzione di un proprio ritorno, sia esso materiale (il vecchio adagio sociale del «mantieni i contatti! Non si sa mai nella vita!») o psichico. Il problema, sia ben chiaro, non è internet *di per sé* ma la logica sociale che vi sta dietro. Facciamo un esempio: essere aggiunti, ricevere un “mi piace” a una foto o a un video, essere ritwittati o condivisi per qualcosa che abbiamo pubblicato provocano nella maggior parte di noi un sussulto psichico dato dall’essere – per un breve attimo – al centro del palcoscenico sociale, attori apprezzati da un insieme di spettatori potenziali. L’errore

*l’utopia di sfruttare
le possibilità della rete
per costruire soggettività col-
lettive scompare,
nell’età social costruita
attorno al soggetto
autocentrato che vede negli
altri uno perfetto strumento
di ottimizzazione della
propria psiche
individuale*

sta nel leggere tutto questo sotto una luce eccessivamente apocalittica come molti professionisti della psiche fanno continuamente, vedendo nella rete la causa unica di una degenerazione narcisistica e individualistica della persona. Come dice William Davies in un passaggio de *L’industria della felicità*:

Ciò di cui siamo testimoni, nel caso di una persona dipendente dai social media o dal sesso, è solo l’ulteriore componente patologica di una società che non riesce a concepire le relazioni se non nei termini dei piaceri psicologici che essi creano. La persona che a pranzo controlla ossessivamente la propria pagina Facebook invece di parlare con l’amico che ha di fronte è l’erede di una filosofia fondata sulla convinzione che le altre persone sono là in ogni momento per accontentare, soddisfare e affermare un ego individuale.

L’utopia di sfruttare le possibilità della rete per costruire soggettività collettive scompare, nell’età *social* costruita attorno al soggetto autocentrato che vede negli altri uno perfetto strumento di ottimizzazione della propria psiche individuale. La ricerca della felicità del singolo trova così una nuova mediazione, un nuovo parametro di giudizio per misurarsi, attraverso il puro dato quantitativo: il tasso di socialità (la somma di tutti i segnali di apprezzamento che gli utenti nella rete

hanno lanciato nei suoi confronti). La semplice constatazione che non possiamo essere sempre al centro del nostro piccolo mondo sociale, tuttavia, ci sembra sfuggire.

Arriviamo infine a due degli elementi più propriamente attinenti a quella che è stata definita come la “fine delle mediazioni”: la democratizzazione dell’informazione e dell’espressione. Sono evidentemente due problemi differenti ma con un minimo comune denominatore reale: l’utente, che ritorna così al centro del nostro discorso. La libertà nella ricerca delle informazioni e la grande offerta di queste ultime permette di superare i grandi oligopoli dell’informazione, rappresentati dalle testate nazionali che tradizionalmente avevano il potere di gestirle. Nascono nuove testate online e gratuite che cercano di raccogliere quell’eredità, proponendosi come mediatori, senza tuttavia raggiungere una rilevante fetta di utenza. Sono gli effetti del passaggio da un paradigma di produzione dell’informazione “da pochi a molti” a uno incentrato sulla produzione “da molti a molti”. La velocità delle modificazioni che investono l’ambiente sociale in cui gli uomini trascorrono la propria vita, assieme a questo sovraccarico informativo, cooperano a rendere sempre più frammentata e debole la percezione del movimento storico, portandoci a prediligere i fatti particolari e irrelati rispetto alla visione d’insieme. Un fenomeno questo che ha interessato da sempre la modernità, almeno dalla nascita dei media (soprattutto visuali), ma che si accompagna con una sem-

pre maggiore incapacità a distinguere tra verità e finzione. Oggi ci sembrano più preganti due categorie proprie della *fiction* come verosimile e inverosimile; dal momento che la nostra coscienza, non sapendo se ciò che è avvenuto è reale oppure no, fa affidamento su ciò che gli sembra più vero, più coerente rispetto alla percezione che ogni singolo individuo ha del mondo in cui vive. In questo scenario si innesta il grande spettro contemporaneo delle *fake news* (parola dell’anno nel 2017), menzogne travestite da verità la cui novità è più apparente che reale: la rete ha solo reso più visibile un fenomeno da sempre esistito. L’elemento di novità sta forse in una maggiore difficoltà a individuarle e smascherarle, promosso involontariamente da quel sogno di rendere le piattaforme social e i motori di ricerca «luoghi ideali che devono capire esattamente quello che cerchi e darti esattamente quello che desideri». La selezione delle informazioni attraverso la profilazione dell’utente, in cui a essere eletti a unico mediatore diventano gli interessi e i desideri del singolo utente, passa così dall’essere promessa di liberazione al suo rovescio.

Per quanto riguarda il versante, la possibilità di diventare produttori di contenuti e editori di sé stessi a tutti i livelli rappresenta un’ultima prova di questa logica dell’immediatezza, intesa come processo di disintermediazione e allo stesso tempo come velocizzazione che comporta un’inedita vicinanza tra desiderio (di esprimere le proprie passioni, i propri interessi, le proprie idiosincrasie; desiderio di guardare e di essere guardati; di avere

o di accedere a qualcosa ...) e suo immediato soddisfacimento. Possiamo fare e dire tutto in nome della nostra irriducibilità. L'angoscia del fatto di essere *nessuno* ci porta continuamente a essere *qualcuno*, a essere presenti e distinguibili all'interno dell'universo sociale. Dietro la straordinaria promessa del *social* sembra esserci un mondo di atomi capaci di creare soltanto dei legami micro-molecolari, senza apparente capacità di arrivare a creare un organismo completo. Il filoso coreano Byung-Chul Han parla a questo proposito di *sciami digitali* (composti da individui isolati), contrapponendovi la *folla* novecentesca (in cui gli individui perdono le proprie caratteristiche e si fondono in un'unità politica). Al di là delle facili opposizioni tra presente e passato – che rischiano di cadere in una nostalgica celebrazione – effettivamente è facile constatare

quanto la dimensione più propriamente sociale all'interno del 2.0 venga costantemente svilita a favore della dimensione individuale. A prevalere sembrano essere forme "mordi-e-fuggi" di esperienza collettiva e di riflessione politica: *shitstorm*, indignazione, ironia scettica rispetto a qualsiasi possibilità di cambiamento. *Community* di intrattenimento, più che comunità. Il vero superamento dell'*impasse* allora dovrà arrivare da una demolizione di quell'ideologia che sembra aver soppiantato tutte le altre, naturalizzandosi («non esistono più destra e sinistra!»). Un'ideologia che ha soppiantato il principio di parzialità in nome di quello di neutralità e che sembra fondarsi sulla promozione dell'individuo a unico artefice della realtà, proprietario delle sue competenze, delle sue possibilità di realizzazione e del suo diritto di parola, al di là degli altri.



Ecco quel che ci suggerisce l'ideologia. Eppure sentiamo che questo disegno non aderisce perfettamente alla nostra esperienza: davanti allo schermo molte volte ci sentiamo frammenti alla periferia di una galassia (informatica, ma non solo) che continua a rappresentarci come centro gravitazionale di tutto. Indispensabili, certo, lo siamo: globuli rossi all'interno di uno straordinario sistema di connessioni, di vasi sanguigni, di cui non riusciamo a individuare il cuore, o i cuori. Pompati da chissà dove, portiamo ossigeno a questa bestia strana che si vuole democratica.

Ma se autentica democrazia si darà, sarà anche grazie alla capacità di indicare meglio chi, oggi, fa dell'orizzontalità e dell'immediatezza un'occasione di dominio; sarà grazie a un accordo su una visione del mondo futuro non sclerotizzata, ma il più chiara possibile (accettando con coscienza la parzialità dell'ideologia che la sorregge); sarà grazie a uno sforzo di collegare diversi universi di realtà (economici, culturali, sociali, politici) mostrandone le intime connessioni; grazie all'accettazione che mediazione e autorità non coincidono sempre con autoritarismo né delega del pensiero. Democrazia si darà, come lento e laborioso spazio di conflitto e non come soluzione tecnica dei problemi, perseverando nelle forme del pensiero e dell'agire politico.