
La sfida del futuro

Autore: Giulio Meazzini

Fonte: Città Nuova

Il mondo reale lo conosciamo tutti. Ci siamo nati, fa parte della nostra vita, lo sperimentiamo ogni giorno. È solido, concreto, universale, con lati belli e brutti, pace e guerra, caldo e freddo. In questo mondo la convivenza è regolata da leggi, ruoli, aspettative, idee, visioni consolidate in migliaia di anni di storia umana. È automatico farne parte, dalla nascita alla morte. Negli ultimi anni, però, un altro mondo è nato e si è diffuso, prima in sordina tra pochi, poi con maggiore enfasi e decisione, man mano che si diffondeva l'uso del computer e dei sistemi interconnessi in rete, come Internet: un mondo per semplicità chiamato digitale. La cosa buffa è che questo mondo, per chi non lo frequenta, ha l'aria di essere poco importante, virtuale cioè non reale e non significativo, contenuto com'è dentro queste macchinette strane che sono i computer. Quasi un gioco riservato ai patiti che passano ore e ore a battere sulla tastiera. E forse all'inizio era proprio così. Solo che ora questo mondo pian piano sta diventando reale quanto l'altro, al punto che quelli che per lavoro, divertimento, interesse o emozione hanno a che fare con entrambi cominciano a sentirsi un po' dissociati. I due mondi infatti vivono di regole, culture, concetti, visioni e modi di comportarsi completamente diversi, a volte incompatibili. Caratteristiche di un mondo emergente Facciamo un esempio, il più facile: nel vecchio mondo le risorse (vestiti, acqua, cibo, istruzione, petrolio, informazioni, software ecc.) sono limitate, quindi c'è competizione e ogni cosa si paga: c'è un produttore (pochi) e un consumatore (molti). Nel nuovo mondo c'è sovrabbondanza (di informazioni, cultura, relazioni, potenza di calcolo, software ecc.) perché ognuno può essere sia consumatore che produttore di informazione, canzoni, testi, filmati: ne segue che tutto (o quasi) è gratis mentre collaborazione e scambio alla pari sono la regola. Gli oggetti che circolano, immateriali, sono per definizione pubblici, riproducibili e scambiabili liberamente. L'unica limitazione è data dal dover possedere un computer e un accesso alla rete sufficientemente veloce. Un altro aspetto: nel mondo reale ognuno è cittadino di uno stato, con una sola identità, localizzato in un luogo geografico, con istituzioni e parlamenti delegati a stabilire leggi e regolamenti per la convivenza, diversi per ogni stato, con organizzazione gerarchica e verticale, poche autorità e tanti comuni cittadini. In rete invece, per quanto strano possa sembrare, non c'è nessuna autorità che decide per gli altri e organizza le modalità di convivenza, se non per alcuni standard tecnici di base: eppure il sistema funziona, milioni di utenti si autoorganizzano a rete, dal basso, in modo orizzontale, cioè ognuno vale per quello che dice, per come lo dice e per come si comporta, non per i titoli o l'autorità che ha. Milioni di utenti, singoli, con le loro interazioni costruiscono valore collettivo osservabile. Nel vecchio mondo la novità si fa strada a fatica, perché richiede grandi strategie, investimenti ad hoc, infrastrutture, sistemi filosofici adeguati. Nel nuovo (udite, udite!) l'innovazione nasce, senza bisogno di ideologie, dalla creatività e motivazione del singolo e soprattutto dalla cultura del dono: di tempo, esperienza, relazione. Per trattare la complessità del nostro tempo l'unica via possibile è la collaborazione e in Internet questo già avviene naturalmente. Le reti, infatti, con le loro architetture aperte abbassano i costi di relazione e favoriscono la comunicazione, permettendo l'aggregazione di una miriade di comunità di tutti i tipi, sulla base di interessi, progetti e valori comuni. Internet è divenuta ormai una enorme palestra che, connettendo le capacità cognitive dei naviganti, permette lo sviluppo e lo scambio di idee e iniziative liberamente dibattute e selezionate dalle scelte collettive. Insomma, se il motore del vecchio è la competizione, quello del nuovo è la motivazione. Se nel vecchio mondo servono soprattutto ingegneri, nel nuovo c'è grande spazio anche per creativi, architetti della conoscenza ed esperti di umanità. La società digitale Dopo essere stati percepiti a lungo come estranei e a volte in conflitto, i due mondi piano piano stanno ora cominciando ad integrarsi. Nei campus delle grandi università

americane gli studenti potevano incontrare ed imparare direttamente dai grandi scienziati e luminari della scienza, ed erano quindi favoriti rispetto ai coetanei che vivevano in qualche cittadina alla periferia dell'impero. Oggi questo vantaggio non c'è più: tramite i blog e i forum di discussione su Internet, chiunque può partecipare, farsi conoscere, confrontarsi con i grandi, porre domande, proporre le proprie idee, in un interscambio pubblico, aperto ai contributi e alle critiche del mondo, quindi fruttuoso al massimo. Le grandi aziende produttrici di musica e film, dopo anni di battaglia feroce nei tribunali cominciano a rendersi conto che conviene cavalcare il futuro invece di attardarsi in battaglie di retroguardia: chi scopre o scambia una canzone digitale in rete, infatti, poi va al negozio ed acquista il dvd reale che altrimenti non avrebbe comprato. E ormai le singole canzoni scaricate in rete a meno di un euro cominciano a diventare un grosso affare per i produttori. Stessa cosa per l'editoria: mettere a disposizione gratuita in rete un brano o un intero testo di un autore non riduce i lettori e quindi i compratori in libreria, anzi. La vera novità è che il passaparola in Internet è ormai diventato più efficace di qualsiasi campagna pubblicitaria, ma solo per le cose che valgono veramente! Sempre più infatti usiamo l'esperienza degli altri (in rete) per decidere cosa acquistare in negozio. Tra l'altro, grazie alla diminuzione dei costi di produzione e non avendo le vetrine di Internet problemi di spazio, sta finendo l'era dei pochi bestseller pilotati, per lasciare spazio alla distribuzione e all'acquisto personalizzati in cui posso cercare e trovare proprio quel prodotto di nicchia che soddisfa il mio bisogno e gusto personale: è il successo della varietà come lo chiama qualcuno. Nel 2005 in Usa l'85 per cento delle nuove auto acquistate è stato preselezionato in rete. In campo scientifico oggi, se si vuole fare ricerca in grande scala senza spendere troppo, si può chiedere aiuto in rete a quei naviganti che forniscono volontariamente parte della potenza elaborativa dei propri computer personali: vedi per esempio i progetti internazionali di ricerca in fisica e genomica o per la scoperta di intelligenza extraterrestre. Infine, il capo di una delle più grandi industrie di software del pianeta ha recentemente stupito tutti mettendo in rete una lettera aperta in cui si domandava se era ancora saggio passare il tempo a difendere con le unghie le proprie proprietà. Invitava invece a condividere le idee, cooperare, partecipare in rete per fare affari in modo diverso: favorendo cioè il formarsi di comunità di persone che si fidano (della qualità dei servizi offerti) e quindi ritornano spontaneamente ad acquistarli. Piccoli/grandi esempi per confermare che i due mondi stanno imparando l'uno dall'altro e le culture si intrecciano. In conseguenza delle opportunità offerte dalla tecnologia, la società reale cambia, sperimentando nuove modalità di comunicare e concepire i rapporti, finora riservate al mondo digitale. Allo stesso tempo anche la tecnologia si modifica diventando sempre più sociale: le nuove applicazioni infatti sono spesso esplicitamente progettate per favorire collaborazione e reciprocità. Un paradiso? A questo punto qualche lettore comincerà forse a pensare che sto esagerando, che mi illudo che il mondo digitale sia un paradiso. Negli ultimi tempi c'è stato un importante cambiamento di prospettiva: finora si intendeva Internet soprattutto come la rete mondiale dei computer. Da qualche tempo invece con questo termine si intendono le persone che sono connesse tramite la rete a computer, cellulari e pian piano a tutti gli oggetti divenuti intelligenti. Ma se è fatta di persone, allora Internet non è il paradiso, semplicemente riproduce anche tutti i guai del mondo reale, non cambia da sola la natura umana, né fa sparire i conflitti. Chiunque naviga in rete sperimenta infatti che è infestata di idioti digitali, minacce alla privacy, litigi sui diritti, violenza, solitudine, false identità, interessi e meschinità. Aumentare la facilità di contatto significa tra l'altro aumentare i rischi: tanti giovani hanno ormai il proprio blog o la propria finestra aperta sul web dove espongono pensieri, passioni, speranze, foto, filmati. Una finestra aperta, senza filtro, esposta ai pedofili del mondo reale, al cyberbullismo in rete o alle accuse di narcisismo. È evidente che ci vuole sempre molto buon senso, intelligenza e prudenza. E noi adulti dobbiamo essere presenti accanto ai nostri ragazzi. Ma indietro non si torna, non si può più barricarsi in casa e chiudere a chiave la porta. Nonostante i tanti aspetti negativi, però, i nuovi valori sociali condivisi e sperimentati per anni su larga scala in Internet sono importanti perché possono contribuire a cambiare in meglio il mondo reale. Non è questione di essere più o meno visionari, è qualcosa che sta succedendo sotto i nostri occhi e significa novità per quanto riguarda relazioni e

amicizia tra le persone, responsabilità diretta nel costruire la società digitale, costellazioni di gruppi aggregati per valori, economia del dono, reciprocità, trasparenza, riutilizzo, speranza in un futuro diverso, forse più degno dell'uomo. Un passo in avanti Vorrei fare ancora un piccolo passo in avanti. Nel riflettere su questi due mondi, reale e digitale, che stanno convergendo e diventando uno, sono quasi affogato nella marea di considerazioni, pro e contro, entusiaste e pessimiste, superficiali e approfondite che sono state scritte su questo fenomeno. Mi sembra però, per quanto ne so, che ne manchi una: se osserviamo le caratteristiche tipiche della comunicazione digitale come si è sviluppata grazie alle nuove tecnologie, soprattutto Internet e il Web, notiamo come sia fondamentalmente libera, personale, spontanea, non gerarchica, non mediata, gratuita, costruita dal basso, senza barriere di spazio e di tempo. Adatta a favorire lo scambio, il dono, la reciprocità.

MINI GLOSSARIO

Blog - diario in rete, per condividere liberamente i propri pensieri, idee e creatività, interagendo in modo diretto con gli altri naviganti (blogger). Può essere facilmente pubblicato e aggiornato sul proprio sito e letto da chiunque nel mondo abbia un pc e sia connesso a Internet. Usato anche da scienziati ed esperti per dibattere in rete con i visitatori sugli argomenti di propria competenza.

Cyberbullismo - nel mondo reale il bullismo indica il fenomeno sociale tipico delle classi scolastiche in cui uno o più adolescenti perseguitano sistematicamente un ragazzo più debole. Allo stesso modo su Internet teppisti possono mettere in ridicolo e rovinare l'immagine pubblica di un compagno pubblicando su un sito sue brutte foto o false notizie, minacciarlo con messaggi, isolarlo, usargli insomma violenza in rete. In Giappone si parla ormai di generazione Asbo: pericoli pubblici con comportamenti antisociali già a 10-15 anni.

Forum telematico - qualsiasi spazio comune su Internet, normalmente con un argomento principale definito, dove l'utente può lasciare messaggi che verranno pubblicati insieme a quelli degli altri naviganti. Ad ogni messaggio possono seguire diverse risposte, sempre pubbliche. Spesso usato per chiedere consigli agli esperti o a chiunque sappia la risposta e ricevere informazioni sui quesiti più vari.

Dvd - disco con enorme capacità di immagazzinamento di video digitali.

Internet - la più grande rete telematica mondiale, che collega milioni di computer e cellulari in ogni paese del mondo. Definita anche la rete delle reti, perché è costituita da una serie di reti, private, pubbliche, aziendali, universitarie, commerciali, connesse tra di loro, è diventata sinonimo di comunicazione personale, libera, veloce, non mediata, non unidirezionale, gratuita e democratica.

Web - la vetrina di Internet, cioè l'insieme dei siti che sono visitabili dai naviganti.