

Michele Ainis

IL REGNO
DELL'UROBORO



BENVENUTI
NELL'ERA
DELLA SOLITUDINE
DI MASSA



le Onde

La nave di Teseo

Michele Ainis

IL REGNO
DELL'UROBORO



BENVENUTI
NELL'ERA
DELLA SOLITUDINE
DI MASSA



le Onde

La nave di Teseo

La libertà di manifestazione del pensiero rappresentava la “pietra angolare” della democrazia. Ma ormai non è più così: non siamo più liberi di pensare i nostri stessi pensieri.

La trappola scatta il 4 dicembre 2009, quando Google avverte gli utenti che da allora in poi avrebbe personalizzato il proprio motore di ricerca. Significa che i risultati cambiano a seconda delle ricerche precedenti, del computer da cui stiamo interrogando Google, del luogo nel quale ci troviamo. Più che una riforma, una rivoluzione, che si propaga immediatamente agli altri giganti della Rete, da Apple a Microsoft, da Amazon a Facebook, a Twitter, a WhatsApp. Ciascuno di loro succhia dati mentre navighiamo online, carpisce i nostri gusti, le nostre opinioni, le nostre frequentazioni telematiche, per venderle poi agli inserzionisti, che in questo modo possono inseguirci con una pubblicità tagliata su misura.

Queste tecniche di profilazione mettono in gioco la possibilità di rapportarci gli uni agli altri, d’aprirci al mondo esterno. I filtri che agiscono sul web tendono a proporci all’infinito le stesse fonti da cui già ci siamo alimentati, le stesse opinioni, le stesse informazioni. E la Rete diventa un po’ come uno specchio, una superficie riflettente dove non si moltiplica l’immagine del mondo bensì quella dei singoli individui. La nuova condizione umana è così una solitudine di massa che ci lascia senza democrazia, dato che quest’ultima si nutre del confronto tra punti di vista eterogenei. Quale regime potrà sostituirla? Il regno dell’Uroboro, serpente che si morde la coda, formando un cerchio chiuso. Il regno dell’autoreferenza.

Dall’introduzione di Michele Ainis

Michele Ainis è fra i più noti costituzionalisti italiani. Scrive su “Repubblica” e su “L’Espresso”. Dal 2016 è membro dell’Antitrust. Fra i suoi ultimi volumi: *Privilegium* (2012), *Le parole della Costituzione* (2014), *La piccola eguaglianza* (2015), *L’umor nero* (2015). Per la nave di Teseo ha pubblicato il saggio *La Costituzione e la Bellezza* (con Vittorio Sgarbi, 2016) e il romanzo *Risa* (2018).

*Dello stesso autore
presso La nave di Teseo*

La Costituzione e la Bellezza
Risa

Michele Ainis
Il regno dell'Uroboro

Benvenuti nell'epoca
della solitudine di massa



La nave di Teseo

© 2018 La nave di Teseo editore, Milano

ISBN 978-88-9344-735-5

Prima edizione digitale ottobre 2018

Quest'opera è protetta dalla Legge sul diritto d'autore.
È vietata ogni duplicazione, anche parziale, non autorizzata.

*per Asia,
che ha diritto al futuro*

Sommario

[Introduzione](#)

[L'algoritmo al potere](#)

[I paradossi della privacy](#)

[Il commercio delle anime](#)

[Internet *versus* democrazia](#)

[La post-verità](#)

[Il tempo della disintermediazione](#)

[Circoli viziosi](#)

[*Note*](#)

Introduzione

La libertà di manifestazione del pensiero rappresenta la “pietra angolare” della democrazia, dichiara una celebre sentenza della Corte Costituzionale, vergata nel 1969. Ma ormai non più: qui e oggi, la questione dirimente non è di garantire la circolazione delle idee, bensì la loro formazione, la loro genuina concezione. Perché non siamo più liberi di pensare i nostri stessi pensieri, ecco il problema. Crediamo di pensare, ma in realtà ripetiamo come pappagalli i pensieri altrui. O al limite anche i nostri, però amplificati e deformati, senza verifiche, senza alcun confronto con le opinioni avverse. È l’universo autistico in cui siamo rinchiusi, anche se per lo più non ci facciamo caso. Un universo tolemaico, in cui il sole gira attorno alla terra – ed è ognuno di noi, la terra.

Questa trappola scatta il 4 dicembre 2009, quando Google avverte i propri utenti che da allora in poi avrebbe personalizzato il proprio motore di ricerca. Significa che i risultati cambiano a seconda delle ricerche precedenti, del computer da cui stiamo interrogando Google, del luogo nel quale ci troviamo. In breve, significa che se due tifosi della Juve e della Roma – per esempio – digitano “calcio”, otterranno pagine diverse, sia nel numero sia nella gerarchia delle notizie. Più che una riforma, una rivoluzione, come per primo s’incaricò di segnalare un libro divenuto cult (Eli Pariser, *The Filter Bubble*, 2011). E la rivoluzione si propaga immediatamente agli altri giganti della Rete, da Apple a Microsoft, da Amazon a Facebook, a Twitter, a WhatsApp. Ciascuno di loro succhia dati mentre navighiamo online, carpisce i nostri gusti, le nostre opinioni, le nostre frequentazioni telematiche, per venderle poi agli inserzionisti, che in questo modo possono inseguirci con una pubblicità tagliata su misura.

È la “profilazione” dell’utente, un nuovo strumento che affila le tecniche di marketing, le rende sempre più sofisticate. D’altronde, grazie ai

dispositivi mobili, non è più necessario interrogare i motori di ricerca, perché loro ti rispondono senza lasciarti il tempo di formulare la domanda. Si è così realizzata la visione di cui parlava nel 2010 Eric Schmidt, amministratore delegato di Google: “Immagina di star camminando per strada. A causa di tutte le informazioni che Google ha raccolto su di te, noi sappiamo chi sei, a cosa sei interessato, chi sono i tuoi amici. Google sa, con l'approssimazione di pochi centimetri, dove ti trovi. Se hai bisogno di latte, e se c'è un negozio che lo vende lì vicino, Google te lo segnalerà”.¹

Noi non sappiamo quali e quanti dati detengano i signori della Rete. Sappiamo, o almeno crediamo di sapere, che navigare da uno smartphone o da un tablet non costa nulla, è gratis. Invece non è vero. Paghiamo ogni chat, ogni ricerca, ogni consultazione online spogliandoci delle nostre informazioni personali. E non è vero che lo facciamo volentieri: nel 2012 un sondaggio realizzato da Pew Internet attestò che il 73% degli americani ritiene che la profilazione costituisca una violazione della privacy. Infine, non è vero che accettando i *cookie* rinunziamo consapevolmente alla segretezza delle nostre informazioni: giacché forse i più non li accetterebbero, se conoscessero la quantità di dati che prelevano. Tu dai il consenso per una radiografia, loro ti somministrano una TAC.

Senonché le tecniche di profilazione non chiamano in causa unicamente i nuovi business o la vecchia privacy. Mettono in gioco la possibilità di rapportarci gli uni agli altri, d'aprirci al mondo esterno. Così come l'algoritmo di Amazon ci suggerisce libri simili a quelli che stiamo consultando, al contempo i filtri che agiscono sul web tendono a proporci all'infinito le stesse fonti da cui già ci siamo alimentati, le stesse opinioni, le stesse informazioni. Si chiama *echo chamber*, camera dell'eco: una metafora per evocare la ripetizione delle idee in un ambiente claustrofobico, impermeabile alle sollecitazioni. E la Rete diventa un po' come uno specchio, una superficie riflettente dove non si moltiplica l'immagine del mondo bensì quella dei singoli individui, o al limite delle comunità parziali, come i seguaci d'una setta. Le informazioni circolano, ma a compartimenti stagni, in circuiti separati.

Da qui il *confirmation bias*, ovvero l'influenza delle nostre aspettative sui fatti rispetto al modo in cui li interpretiamo: uno schema mentale antico quanto l'uomo, che però l'informatica eleva alla massima potenza. Da qui, di

conseguenza, il fenomeno della *post-truth*, che Oxford Dictionaries ha scelto come parola dell'anno 2016. In questo caso la "post-verità" esprime l'irrilevanza dei fatti nella formazione dei processi cognitivi, come la negazione del riscaldamento globale o le false informazioni che hanno determinato Brexit (per esempio il dato sui costi pagati dagli inglesi all'Unione europea: 350 milioni di sterline a settimana, una cifra mai documentata). Da qui, infine, una neonata disciplina: l'agnetologia, ossia lo studio dell'ignoranza indotta attraverso dati scientifici fuorvianti.

Del resto come mai potremmo smascherare il falso, quando nessuna controverità ha accesso alle nostre stanze telematiche? È infatti questa la nuova condizione umana: una solitudine di massa, come se il gomitolino delle nostre relazioni si fosse riavvolto tutt'a un tratto, lasciandoci senza un filo che ci connetta agli altri. E lasciandoci, perciò, senza democrazia, dato che quest'ultima si nutre del confronto tra punti di vista eterogenei. Quale regime potrà sostituirla? Il regno dell'Uroboro, serpente che si morde la coda, formando un cerchio chiuso. Il regno dell'autoreferenza.

L'algoritmo al potere

Per raccontare questa storia, conviene illuminarne i passaggi uno per uno. Cominciando dalle tecniche di profilazione, che ne rappresentano l'antecedente logico, la premessa concettuale. In breve, esse consistono nell'attribuzione d'un "profilo" a ciascun utente della Rete, come un ritratto, una foto segnaletica; e il profilo a sua volta viene estratto mediante l'uso di algoritmi, che combinano le informazioni derivanti dalla nostra navigazione online. In termini giuridici, il regolamento europeo n. 679 del 2016 – vincolante per i 28 Stati dell'Unione a partire dal 25 maggio 2018 – ne offre una definizione più precisa: per profilazione deve intendersi “qualsiasi forma di trattamento automatizzato di dati personali consistente nell'utilizzo di tali dati personali per valutare determinati aspetti personali relativi a una persona fisica, in particolare per analizzare o prevedere aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti di detta persona fisica”.²

Insomma, dietro lo schermo del nostro cellulare o del computer c'è un sarto invisibile, che ci cuce addosso un vestito su misura. Può farlo un governo, per migliorare l'erogazione dei servizi pubblici, calibrandoli in base alle esigenze dei propri cittadini. Lo fanno, ormai, tutte le imprese, allo scopo d'offrire prodotti in linea con i gusti dei consumatori. Si parla, non a caso, di “capitalismo di sorveglianza”³⁻, inaugurato e capitanato dai GAFA (acronimo che sta per Google, Amazon, Facebook, Apple). E l'efficacia della profilazione diventa formidabile man mano che cresce l'uso della Rete, perché al contempo crescono le informazioni personali che ciascuno rilascia durante la navigazione. Nell'anno di grazia 2018, il 74% degli abitanti del pianeta accede a Internet; il 65% possiede uno smartphone; 2 miliardi di persone usano Facebook; mentre Google, in sovrana solitudine, detiene fra il

70% e il 90% del mercato mondiale delle ricerche online. ⁴

Da qui l'avvento dei Big Data, archivi giganteschi gestiti da algoritmi e processori; da qui un salto di qualità nelle tecniche di tracciamento degli utenti. Il modello originario si basava sulla profilazione individuale; ma adesso si praticano anche analisi di gruppo, confezionando profili di massa. Basta analizzare, per esempio, l'uso del pulsante "mi piace" di Facebook, o la tipologia dei libri acquistati su Amazon, per estrarre comunità omogenee cui offrire lo stesso genere di prodotto. E l'ultima rivoluzione tecnologica – l'Internet delle Cose, che permette di creare oggetti personalizzati – finirà per svelare gli aspetti più intimi e dettagliati di ciascuno. ⁵-Senza dire dei giocattoli, degli elettrodomestici, delle tv super intelligenti che riconoscono la nostra voce e al contempo mappano la casa, condividendo i dati con varie aziende produttrici: altrettanti cavalli di Troia per superare ogni difesa.

Ma dopotutto si tratta di un circolo vizioso: le principali aziende della Silicon Valley continuano a proporci nuovi servizi spesso allo scopo d'acquisire maggiori informazioni personali (come ha fatto Google introducendo Gmail e Google Apps); di conseguenza aumenta in modo esponenziale l'uso della Rete (ogni minuto si effettuano 900 mila login su Facebook e 3,5 milioni di ricerche su Google, si guardano 4,1 milioni di video su YouTube, si postano 1,8 milioni di foto su Snapchat); e così s'impennano i guadagni delle grandi piattaforme (nel 2016, per ogni dollaro speso in pubblicità online negli Usa, Google e Facebook hanno catturato 99 centesimi) insieme al traffico dei dati (nel solo 2012 sono stati prodotti più dati che nei 5 millenni precedenti).

Il topolino che rosicchia i nostri dati si chiama *cookie*, che in inglese significa biscotto. E in effetti è come una briciola di biscotto che il server lascia sul computer che stiamo usando, per memorizzare la data dell'ultimo collegamento, le pagine consultate, il "carrello della spesa" riempito dai nostri acquisti online, o più in generale le preferenze di ciascuno. I *cookie*, insomma, sono marcatori elettronici: righe di testo generate dal sito visitato oppure da siti diversi, che tuttavia non riescono a identificare il singolo utente, qualora ad esempio il computer di casa venga utilizzato da tutta la famiglia. O meglio, non ci riescono ancora; ma i maggiori operatori, da Google a Microsoft, sono già all'opera per attribuire ad ogni utente un numero identificativo, in modo da tracciarlo indipendentemente dal

dispositivo impiegato per la navigazione. Risultato: se cerchi “depressione” su un dizionario online, il sito installa fino a 223 *cookie* dentro il tuo computer ⁶, e magari il giorno dopo t’arriva sullo schermo la pubblicità di un antidepressivo.

Quante informazioni conservano i signori della Rete? E come le utilizzano? Non è dato saperlo. Certo, gira qualche numero, qualche stima ufficiosa, ma pressoché impossibili da verificare. Così, all’alba del terzo millennio si diceva che la sola Acxiom – una società per la raccolta dei dati – detenesse una media di 1500 informazioni personali sul 96% degli americani, dalla loro solvibilità economica al tipo di farmaci acquistati online ⁷; una cifra che adesso andrebbe quantomeno raddoppiata. Nel frattempo, possiamo prendere nota di un’indagine recente, condotta da 24 Autorità nazionali per la tutela della privacy e diffusa nell’ottobre 2017. ⁸ Risultato: il 67% dei siti e delle *app* non rivela agli utenti dove siano conservati i loro dati; il 51% non chiarisce se e con chi vengano condivise tali informazioni; nel 44% dei casi gli utenti non sanno come difendersi, giacché non ricevono alcuna informazione sui propri diritti; e solo il 35% delle informative sulla privacy menziona l’adozione di misure di sicurezza a protezione dei dati personali.

È invece massima la sicurezza che circonda gli algoritmi usati dai Big Data, nel senso che la loro formula è più protetta della cassaforte di Fort Knox, e non meno segreta. Ma che cos’è un algoritmo? E come funziona? In sintesi, si tratta d’un procedimento matematico in grado di processare una grande quantità di dati, allo scopo di fornire un pacchetto d’istruzioni al calcolatore, che a sua volta le utilizza per la profilazione degli utenti. ⁹ Dunque l’algoritmo trasforma le informazioni catturate con i *cookie* da ciascun navigatore in informazioni destinate al medesimo soggetto, oppure a organizzazioni pubbliche e private. Da qui pubblicità e notizie tagliate su misura, ma da qui anche – per fare un solo esempio – il calcolo presuntivo dei nostri consumi in bolletta.

Di più: il programma ha la capacità dell’autoapprendimento (*machine learning*), ossia di migliorare le proprie prestazioni in base all’esperienza, diventando così sempre più efficace, più sofisticato. Ne sono testimonianza i traduttori automatici, i sistemi di riconoscimento vocale, le liste dei film raccomandati da Netflix. E applicando la tecnologia delle reti neurali al fine

di replicare il funzionamento del cervello umano (*deep learning*), è possibile isolare relazioni e differenze che nessun uomo saprebbe riconoscere, così come diventa possibile estrarre informazioni rilevanti da informazioni secondarie. Sicché parrebbe dimostrato (ma sarà vero?) che i vegetariani perdono meno aerei rispetto al resto della popolazione, o che il tasso di divorzi in Maine è legato all'uso pro capite della margarina. ¹⁰

Il guaio è che gli algoritmi, dal punto di vista del diritto, costituiscono altrettante invenzioni, opere dell'ingegno. Di conseguenza ricadono sotto la protezione delle leggi sulla proprietà intellettuale, che ne impediscono la divulgazione, a meno che non sia d'accordo il loro proprietario. S'iscrivono perciò in un universo opaco, impermeabile allo sguardo degli astanti: la *black box society* di cui ha parlato Frank Pasquale, o l' *algocrazia* di Aneesh. ¹ Una nuova versione degli *arcana imperii*, dei segreti disegni del potere cui si riferiva Tacito, e che l'assolutismo eresse poi a sistema di governo. La dittatura degli algoritmi esprime infatti un potere invisibile, nascosto, e perciò sottratto a qualsiasi forma di controllo collettivo. Un potere impersonale, conferito a una formula o a un automa, benché esercitato a vantaggio delle grandi imprese, sulla cui tolda di comando siedono pur sempre uomini e donne in carne e ossa. Viceversa la democrazia, nella sua essenza, dovrebbe essere questo: un rendiconto quotidiano sull'esercizio del potere. Ma a chi rende conto l'algoritmo? E come se ne delimita il potere?

I paradossi della privacy

Secondo un luogo comune fra i più triti e ritriti, il legislatore italiano arriva sempre buon ultimo nella protezione dei diritti, generalmente quando i buoi sono scappati dalla stalla. Nel caso dei Big Data, quel luogo comune è esatto. Anche se gli interventi normativi risultano ovunque troppo cauti, fuori luogo o fuori fase rispetto alla velocità con cui s'evolve il fenomeno in questione. Per certi versi inafferrabile, a causa della sua dimensione multinazionale; per altri versi incontrastabile, a causa della potenza economica delle lobby che se ne fanno promotrici, riuscendo a neutralizzare le iniziative dei governi.

In ambito europeo, il primo testo che ha cercato di disciplinare la profilazione è in una raccomandazione del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa, adottata il 23 novembre 2010. Vi si stabiliva la necessità d'un consenso preventivo da parte degli utenti, aggiungendo che tale consenso debba essere libero, specifico e informato; che il diniego di consenso non possa in ogni caso precludere l'accesso ai servizi offerti dal sito web; che la profilazione sia circoscritta a un determinato arco di tempo; che gli utenti abbiano la possibilità di revocare in ogni momento il consenso già accordato; e infine che i dati raccolti non siano esorbitanti rispetto alle finalità della profilazione. Si trattava, però, d'uno strumento di *soft law*, cioè non vincolante per gli Stati membri dell'Unione europea; un po' come i consigli della suocera, che in genere trovano orecchie da mercante. La regola giuridica obbligatoria, ove mai fosse intervenuta, veniva infatti demandata alla legislazione interna degli Stati, cui peraltro la raccomandazione consentiva di derogare alle sue stesse prescrizioni. Nel vuoto della legge, la sua efficacia si esauriva pertanto in un appello alla buona volontà degli operatori del settore, chiamati a raccoglierne le indicazioni attraverso codici di condotta. ¹²

In ogni caso, quattro anni più tardi il Garante italiano della privacy interviene con un suo provvedimento, predisponendo alcune Linee guida sulla profilazione online (19 marzo 2015). Tre i punti principali: un insieme di parametri per garantire l'adeguatezza dell'informativa destinata agli utenti; la disciplina del consenso, che dev'essere "libero, acquisito in via preventiva, informato e documentato per iscritto"; garanzie specifiche sulle finalità della conservazione dei dati.

Garanzie che però restano incollate sulla carta: di fatto gli utenti continuano a non esercitare un autentico controllo sulle informazioni che li riguardano. ¹³Un po' perché la maggioranza dei cittadini non è in grado di cogliere le conseguenze della profilazione; un po' perché non se ne cura, non ci fa troppo caso; un po' per la resistenza a pagare *app* o servizi forniti gratis in cambio del prelievo dei dati. E comunque l'anticorpo normativo, a volerlo prendere sul serio, si trovava già nella prima legge sulla privacy (art. 11 della legge 31 dicembre 1996, n. 675), secondo la quale il consenso al trattamento dei dati è valido solo se "espresso liberamente". Inoltre la stessa legge (art. 17) recava un cenno al fenomeno della profilazione, sia pure senza definirlo, e restando poi nel vago quanto alle sue ricadute pratiche. ¹⁴

Già, ma cosa deve intendersi per "libertà" del consenso? Qui intervengono i sacerdoti del diritto, con le loro dispute teologiche, con le loro distinzioni così sottili da risultare evanescenti; e il risultato, in questa materia come altrove, consiste in un velo d'incertezza, che in ultimo lascia nudi i cittadini, alla mercé dei grandi potentati. Difatti una prima corrente d'opinione afferma che il consenso è libero quando è informato, anche se l'informazione ha una portata meramente teorica, virtuale, come quella che ci inonda dalle pagine della Gazzetta ufficiale, attraverso cui soltanto Pico della Mirandola potrebbe impadronirsi del milione di leggi in vigore. Un secondo orientamento interpretativo fa leva viceversa sulle condizioni psicologiche dell'utente, sicché il consenso è libero se espresso in una situazione di serenità mentale, senza ricatti né pressioni occulte; ma allora il consenso non è mai davvero libero, perché se lo rifiuti perdi il servizio telematico che volevi procacciarti. Per una terza tesi, invece, il consenso al trattamento dei dati può dirsi libero se disinteressato, se gratuito sul piano patrimoniale; come accade in riferimento al proprio corpo, di cui ciascuno può disporre in casi circoscritti, ma unicamente gratis, senza ottenerne

corrispettivi in denaro. ¹⁵

Quest'ultima parrebbe l'interpretazione più garantista, giacché in conclusione esclude dal commercio i dati personali; però si scontra con la realtà dei fatti. Tutti i *social network*, dai servizi di posta elettronica ai siti d'informazione, si basano infatti sullo scambio economico fra servizi e dati personali. C'è un interesse economico da parte delle imprese, ma anche da parte degli utenti, perché cedendo i propri dati ottengono la fruizione d'un bene al quale sono interessati. Inoltre questi ultimi pagano con una moneta – i loro dati personali – che non potrebbero sfruttare in modo alternativo: quei dati, infatti, non hanno un valore economico in senso stretto, e per giunta si possono spendere contemporaneamente su più fronti (è il caso del *multihoming*, come quando un telefono cellulare si connette a una rete wi-fi e allo stesso tempo a una rete 4 G).

Insomma restiamo indifesi, a dispetto d'un apparato normativo eretto per difenderci. Ma la colpa non è solo delle norme, della loro scarsa incisività. Né della giurisprudenza confezionata in questi anni, sia dal Garante italiano della privacy che da quello inglese o francese: tutti preoccupati per lo più degli aspetti formali del consenso, anziché della sua dimensione sostanziale. Sicché il primo ha stabilito, per esempio, l'illegittimità della condizione apposta da vari siti web, che negano il servizio a chi non acconsenta al trattamento dei dati; ed ha aggiunto che il consenso dev'essere esplicito, dunque non preimpostato, come accade quando viene proposta in automatico l'accettazione delle condizioni d'utilizzo. A sua volta, l'Information Commissioner's Office britannico ha ribadito a più riprese che l'utente deve disporre d'una "genuina possibilità di scelta", e che in ogni caso il consenso non va subordinato alla fruizione del servizio. Mentre la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés francese ha dichiarato invalido il consenso, quando l'interessato sia esposto a conseguenze negative "considerevoli" per il rifiuto di prestarlo. ¹⁶

E tuttavia, fuori dai palazzi della legge, la realtà è ben altra. Di fatto, per ricevere una *app* o per navigare dentro un sito bisogna accettare i *cookie*, questi Dracula elettronici che ci succhiano i dati personali. Ecco perché anche l'ultimo regolamento dell'Unione europea (n. 679 del 2016), il *General Data Protection Regulation*, finisce per sparare a salve. Ripete una volta di più che la prestazione del consenso va svincolata dall'erogazione del

servizio; si preoccupa (quantomeno nelle motivazioni) dell'impatto delle nuove tecnologie sui diritti e le libertà delle persone; pone un obbligo di trasparenza nel trattamento dei dati. Ma in primo luogo non c'è nessun divieto sulla commerciabilità del consenso, sulla sua compravendita. In secondo luogo quel regolamento, a leggerlo in controluce, declassa il ruolo del consenso, perché lo subordina al legittimo interesse del soggetto che effettua la profilazione. ¹⁷-In terzo luogo non affronta gli scenari in cui il trattamento dei dati venga svolto dagli oggetti (come i sensori o i sistemi d'intelligenza artificiale), restando quindi disarmato dinanzi all'Internet delle Cose, l'ultima frontiera della tecnologia. E in quarto luogo la pretesa d'assicurare trasparenza e informazione su ciascun prelievo dei nostri dati personali si scontra con l'uso d'algoritmi sempre più sofisticati, e perciò sempre meno intelleggibili dall'essere umano. ¹⁸-D'altronde è un circolo vizioso: per potenziarne l'efficacia, è necessario che i filtri accedano a grandi quantità di dati; ma più i dati crescono, più diventano complessi gli algoritmi concepiti per trattarli.

Da qui il paradosso della privacy: non ne abbiamo mai avuta così poca come da quando esistono norme, garanti e garanzie per proteggere i nostri dati personali. Tuttavia la responsabilità di tale condizione non va addossata alle autorità di garanzia, anche perché gli strumenti a loro disposizione sono spesso armi spuntate. Dipende piuttosto dall'accelerazione tecnologica, così potente da costringere le istituzioni a una rincorsa senza fine, senza speranze di successo. Come Sisifo, che porta un masso sulle spalle mentre risale il monte degli Dei, ma quando raggiunge la cima il masso rotola giù a valle, e lui deve cominciare daccapo la salita. Dipende dall'abitudine di rinchiudersi nei *social network*, comunità ristrette dov'è maggiore la propensione a discutere senza troppe reticenze, e dove perciò i gestori delle varie piattaforme possono acquisire dati sensibili sulla propria utenza. Dipende, più in generale, dal riflesso psicologico che ci condiziona mentre navighiamo in Rete, dove non ci preoccupiamo della privacy, non facciamo troppe resistenze a cedere le nostre informazioni personali, perché i benefici di quella cessione sono tangibili e immediati, i pericoli lontani. Ci interessa, semmai, esercitare un controllo sulla diffusione pubblica delle informazioni che ciascuno immette in Rete, non sul trattamento che esse ricevono (dietro le quinte) da parte degli operatori.

The privacy paradox , per l'appunto, come nel 2006 lo definì Susan B. Barnes ¹⁹, e come più di recente attesta un'indagine dell'Autorità antitrust olandese: nel 2015 quest'ultima ha appurato che il 92% dei giovani non legge termini e condizioni della privacy, pur ritenendo la riservatezza online importante, molto importante. Mentre a sua volta l'Autorità antitrust italiana, in un'indagine conoscitiva sui Big Data diffusa nel 2018, ha potuto constatare come il 54% degli utenti legga solo in parte le informative e i termini contrattuali, e oltre un terzo non li legga affatto. ²⁰

Ma il paradosso più vistoso è ancora un altro, perché attiene all'essenza stessa del diritto alla privacy, perché rovescia le ragioni che l'avevano a suo tempo generato. La sua prima definizione risale al 1890, quando Louis D. Brandeis e Samuel D. Warren teorizzarono il diritto a essere lasciati soli, opponendo una diga contro l'invasione dei poteri pubblici e privati ²¹: prima l'individuo, poi lo Stato. E adesso? La nostra riservatezza viene continuamente perforata, ciascuno proietta un profilo elettronico che rimane alla mercé di ciascun altro; tuttavia l'effetto di queste tecniche invasive consiste in una totale solitudine, nell'isolamento rispetto all'opinione altrui, perfino rispetto al contatto fisico con gli altri.

Il commercio delle anime

I neri d'America ridotti in schiavitù – diceva Tocqueville – per lo più non s'accorgevano della loro disgrazia: avevano assimilato i pensieri d'uno schiavo, e in genere ammiravano i propri tiranni più di quanto li odiassero.

²² La nostra condizione non è troppo dissimile. Guardiamo alla Silicon Valley come a un Eldorado, un paradiso tecnologico. Siamo grati ai giganti della Rete per le opportunità sempre più allettanti che ci offrono. Usiamo ogni nuova diavoleria come un giocattolo, e guai a chi ce lo toglie dalle mani. Infine tutto questo Bengodi è gratis, non costa nulla.

Ma non è vero, ne abbiamo già discusso. È vero piuttosto come la nostra percezione sia fasulla, alterata da una truffa cinica e ingegnosa. Ed è vero che la truffa in questo caso si basa sul suo opposto concettuale, ossia sul dono, sul donarsi. Le *big companies* ci regalano le loro informazioni, noi gli regaliamo i nostri dati. Solo che il nostro regalo è inconsapevole, non ci rendiamo conto né del cassiere né del prezzo. Mentre il loro non è affatto un regalo, casomai uno scippo, sia pure in guanti gialli. Lo “scippatore” ci svuota le tasche sia quando digitiamo qualcosa su un motore di ricerca, sia quando rimaniamo inerti: basta possedere un dispositivo mobile affinché ci arrivi un consiglio non richiesto, la *réclame* d'un ristorante che si trova proprio sul nostro itinerario, il titolo del film proiettato nel cinematografo che stiamo oltrepassando. E dalle nostre tasche lo scippatore estrae di tutto, non soltanto i gusti di consumo: dati sanitari, opinioni politiche, predisposizione al rischio, inclinazioni sessuali, convinzioni religiose.

Qualche esempio. Nel febbraio 2018 si è saputo che Facebook aveva costruito un algoritmo per dedurre dall'enorme quantità di dati in suo possesso il livello economico e sociale dei suoi 2 miliardi di utenti. Il risultato s'ottiene combinando altri parametri: per esempio dove vai in vacanza, se hai una laurea oppure no, di quali apparecchi elettronici è

composta la tua dotazione personale, se vivi in affitto o a casa tua. Da qui una classificazione degli utenti che riesce a suddividerli fra poveri, ceti medio, ricchi. Da qui, di conseguenza, la pubblicità d'un viaggio in *business class* oppure in treno merci. D'altronde la stessa Facebook, un paio di mesi prima, tenne una riunione con gli inserzionisti che avrebbe dovuto restare riservata; e in quella riunione comunicò di possedere la capacità d'individuare i *teenager* più vulnerabili, perché tristi, stressati, insicuri, depressi. Anche in questo caso, il valore economico dell'informazione consiste in una pubblicità mirata, come un fucile di precisione.

E il fucile spara sulla preda colpendoci in ogni istante della nostra giornata, non solo quando possiamo gli occhi sullo schermo d'un computer. Così – per dirne una – negli ultimi tempi si va diffondendo il *bike sharing* : a Milano come a Roma e in altre città di tutto il mondo, puoi noleggiare una bici lasciandola poi dove ti capita, e pagando la corsa non più di 50 centesimi. Si chiamano *free floating* , biciclette a flusso libero, un nuovo business gestito soprattutto da due grandi operatori cinesi. Ma il loro affare consiste non tanto nel prezzo del noleggio (è troppo basso, più basso dei costi di manutenzione), quanto nella *app* che si scarica sul cellulare per localizzare le biciclette libere, localizzando perciò il ciclista che le usa; sicché una catena di caffetterie potrà invitarlo a bere un cappuccino con lo sconto mentre lui pedala nei paraggi, oppure un negozio d'articoli sportivi potrà vendergli un casco da bicicletta. ²³

Del resto succede di continuo. Se provi a pagare nello stesso giorno un paio di bonifici dal tuo conto corrente online, in un battito di ciglia t'arriverà via web una proposta di finanziamento. Se interroghi Google per ottenere informazioni sul *trekking* in qualche contrada esotica e remota, magari dilaniata da una guerra civile, c'è il rischio che la tua assicurazione ti chieda un premio più elevato. Ogni contatto, ogni ricerca, ogni giudizio che ti scappa via su un *social network* si trasforma in merce, e la merce sei tu stesso, sono i frammenti della tua identità. Che tu abbandoni sulla Rete senza farci troppo caso, senza difese né cautele, sentendoti forte del tuo presunto anonimato. Invece loro, gli algoritmi, possono misurare la nostra emotività dal modo con cui usiamo la tastiera del computer. Possono stimare la probabilità di malattie attraverso l'iscrizione alle liste elettorali, giacché quanti si curano della comunità partecipando al voto probabilmente

si prenderanno cura anche del loro corpo (su tale presupposto opera LexisNexis). Possono tutto, mentre noi non possiamo quasi nulla. Non siamo nemmeno in grado di comprendere le potenzialità analitiche di chi ci sta profilando, figurarsi se possiamo contrastarlo.

In questo tempo nuovo, accelerato, tecnologico, si materializza così il fantasma di Michel Foucault. “È il fatto di essere visto incessantemente, di poter sempre essere visto, che mantiene in soggezione l’individuo disciplinare”, scriveva nel 1975 il filosofo francese. ²⁴-Ed è per l’appunto questa la nostra condizione: veniamo spiati di continuo, frugati dentro e fuori, senza sapere chi ci osserva, senza incrociarne mai lo sguardo. Una tirannia visiva che conduce al “corpo docile”, per usare le parole di Foucault.

Del resto, come potremmo ribellarci? Se lo facessimo, se negassimo il consenso alla radiografia che ci somministrano i Big Data, perderemmo l’accesso a Google, la principale fonte d’informazioni nella società contemporanea. Non potremmo usare i *social network*, ossia gli strumenti che ormai nutrono la nuova forma della cittadinanza, la cittadinanza digitale. Sarebbe come venire ricacciati fuori dalle mura della città, espulsi, stranieri, derelitti. Come imbarcarci nella nave dei folli (*Narrenschiff*) immaginata – di nuovo – da Foucault ²⁵, col suo equipaggio galleggiante lungo i fiumi della Renania, senza mai il permesso d’ormeggiare in un porto, di mischiarci alla folla urbana.

Sicché rimaniamo in città, però come merci, non come persone. Merci di valore, dal momento che secondo una stima di International Data Corporation il business in questione valeva, già nel 2017, oltre 150 miliardi di dollari. Sarà per questo che qualcuno ha già pensato di mettere a profitto il suo tesoro. Nel 2014 un ragazzo olandese, Shawn Buckles, mise all’asta i propri dati personali: messaggi e-mail, chat, elementi di geolocalizzazione, cronologia dei siti web che aveva visitato; e l’asta si chiuse in poche settimane con un’offerta per 350 dollari. Ma la compravendita dei dati avviene ormai pure per strada: a Londra, nel 2017, hanno aperto un negozio dov’è possibile acquistare qualche oggetto pagando con un paio di foto o tre *screenshot*. Mentre il “Financial Times” è arrivato a calcolare il prezzo dei dati personali d’un campione di 10 mila persone: 5.139 euro.

Insomma, loro sono i produttori, noi il prodotto. La comunicazione privata è diventata un bene di consumo, l’economia non gira più seguendo il

movimento di merci e di monete, bensì attorno ai flussi d'informazione. ²⁶E la ruota dentata che muove tutto il meccanismo ha un nome rassicurante come i dispositivi montati nelle lavatrici o negli aspirapolvere: il filtro. In apparenza un salvavita, o meglio un salvatempo, perché ci aiuta a riconoscere le informazioni utili, evitando che anneghino nel gran mare delle notizie da cui siamo sommersi. Così, il “filtraggio collaborativo” (*collaborative filtering*) di Amazon ci fa risparmiare la fatica di trovare i libri corrispondenti ai nostri gusti, giacché li seleziona in base ai nostri acquisti precedenti, nonché agli acquisti di chi ha comprato i nostri stessi libri. Così, la personalizzazione giunge a modificare persino il costo dei beni e dei servizi, adattandoli alle tasche dell'utente: prezzi dinamici, sconti su misura, e niente pubblicità di Jaguar se vivi nel Burundi. Così, Google funziona essenzialmente sulla base di due filtri. Il primo misura la rilevanza dei contenuti in base alle prestazioni tecniche dei siti, al numero dei loro link d'ingresso, alla quantità d'accessi che ricevono; il secondo fa perno sulle ricerche dei singoli utenti, e insieme sulla serie storica di tutte le ricerche svolte in Rete. Dopo di che, per affinare ulteriormente lo strumento, nel 2015 è stato introdotto RankBrain, che permette di scoprire il senso generale dell'interrogazione rivolta a Google, al di là delle parole usate.

Tuttavia la mercificazione della nostra identità ha un effetto sull'identità medesima, la plasma, la conforma. Al culmine del trattamento che profila i singoli individui, diventiamo un unico individuo, amorfo, senz'anima né pelle. E quest'individuo unico e plurimo soffre una pressione psicologica che ne comprime l'autostima, la considerazione di se stesso. Per forza, se il tuo valore non dipende più da ciò che sei, né da ciò che sai. Dipende piuttosto dalle informazioni che trasmetti, dal loro valore commerciale. Eri una persona, adesso sei un *informant* . ²⁷E ciò che resta di te come persona subisce un senso di precarietà, di smarrimento. Diventi più fragile, anche dinanzi al *phishing* con cui un ladro invisibile ti ruba l' *username* e la *password* , il pin del cellulare, i dati della tua carta di credito, e tu non puoi farci nulla, non puoi nemmeno provare ad inseguirlo, come faresti con un borsaiolo.

D'altronde in Rete tutto è cangiante e provvisorio. Tutto, salvo la vacuità dell'esperienza digitale, che l'accompagna come un'ombra. Da qui un degrado interiore, che si riflette sulla stessa psiche degli utenti: secondo l' *American Journal of Epidemiology* , a un aumento dell'1% dei *like* su

Facebook, dei clic e degli aggiornamenti, corrisponde un peggioramento dal 5 all'8% della salute mentale. ²⁸-Un danno, ma altresì una beffa: perché il profilo elettronico catturato dai mille filtri che agiscono sul web è sempre parziale, approssimativo. Chi lo compra a scopi commerciali s'accontenta di un'identificazione precisa magari all'80%. E il restante 20%? Un falso digitale, che tuttavia si sovrappone alla nostra vera identità. Ammesso che ne rimanga qualche scampolo.

Internet *versus* democrazia

C'era una volta, come nelle fiabe, un paradiso tecnologico. C'era un luogo di libertà, anche se in effetti si trattava di un non luogo, di uno spazio immateriale esteso quanto il mondo. E in quello spazio gli uomini potevano finalmente stabilire relazioni orizzontali, senza padroni, senza gerarchie. In origine, Internet è stato tutto questo. Niente dogane, né censure, né controlli di Stato lungo i suoi mille sentieri. Perché dopotutto era ciascuno di noi, lo Stato. E al contempo ciascuno diventava fonte e destinatario di notizie, autore e lettore, consumatore e imprenditore, elettore ed eletto. L'eguaglianza perfetta nella più totale libertà. L'utopia di Tommaso Campanella, una nuova Città del Sole. Ma anche di Kant, con la sua pace perpetua. Giacché la guerra non può mai attecchire se attecchisce la comunicazione universale, il reciproco parlarsi ed ascoltarsi.

Quando è evaporata l'illusione? Forse quando Google ha rovesciato le proprie strategie. All'inizio si apriva a tutti i siti, ti trasportava ovunque, senza distinguere tra periferie e cattedrali. Così dichiarava nel 2004 il suo co-fondatore, Larry Page: "Noi vogliamo che veniate da Google e troviate rapidamente ciò che cercate. A quel punto, saremo felici di dirigervi su altri siti". Adesso, però, se chiedi chi sia il miglior pediatra di New York o il ferramenta più fornito di Milano, trovi una risposta sola. La risposta riflette un'opinione, un punto di vista soggettivo, però ha l'effetto di sbarrare il traffico verso le altre destinazioni della Rete. Sicché quest'ultima, da struttura aperta e pluralistica, si è trasformata in un microcosmo chiuso, dove lo sguardo corre in verticale, non più in orizzontale. Ed è uno sguardo stretto, limitato, dal momento che il 91,5% degli utenti di Google si ferma alla prima pagina. ²⁹Succede lo stesso nel giardino di Facebook, di Twitter, di Instagram: tutti i contenuti di terze parti devono passare attraverso la loro intelaiatura.

Da qui il potere economico, politico, sociale dei Big Data. Ma da qui pure una restrizione delle nostre prospettive democratiche, delle nostre relazioni come cittadini della *polis*. Perché il profilo diventa una prigione, che t'impedisce ogni contatto con chi non sia rinchiuso nel tuo stesso carcere. E perché, profilando le inclinazioni politiche dell'utente, si perviene a una "democrazia automatizzata" ³⁰—, dove l'offerta politica corrisponde esattamente alla domanda, o meglio viene calibrata in base alle aspettative dei singoli gruppi d'elettori. Ne è prova lo scandalo che ha travolto Facebook nella primavera del 2018, quando si è scoperto che quest'ultima aveva trasmesso i dati personali di ben 87 milioni d'utenti a una società di marketing politico, Cambridge Analytica. Che poi, a sua volta, li ha usati per dedurre sofisticati identikit, distinguendo i progressisti dai conservatori, i creduloni dai dubbiosi, gli estroversi dai misantropi. Dopo di che ciascuno di loro ha ricevuto messaggi politici personalizzati, così contribuendo alle fortune di Trump nella campagna presidenziale 2016.

Una trappola, un inganno. Anche perché in tal modo la politica perde la sua funzione selettiva rispetto alle istanze sociali, non riesce più a guidarne lo sviluppo, a temperarne le pulsioni più estreme o velleitarie, a operarne una sintesi in nome dell'interesse generale. Si frantuma, si sventaglia in una miriade di partiti, o altrimenti è lo stesso partito che modula le proprie proposte a seconda dei destinatari, senza alcuna coerenza programmatica. E in conclusione la tirannia del profilo sostituisce – in peggio – la dittatura dei sondaggi: ossia quel sistema ben descritto da Herstgaard, dove "500 americani vengono continuamente interrogati per dire a noi, cioè agli altri 250 milioni di americani, quello che dobbiamo pensare". ³¹

D'altronde, già negli anni Novanta del secolo scorso una ricerca sul web attestava come soltanto il 15% dei siti di parte ospitasse link che rimandavano al punto di vista avverso. ³²Successivamente gli steccati sono cresciuti a dismisura, l'autoreferenzialità è diventata la regola di ferro della Rete. Così, l'"Huffington Post" misura i clic sui propri articoli, e in pochi minuti rilancia quelli più popolari, oscurando le notizie e le opinioni marginali. La gran parte dei siti procede nello stesso modo. Ma il risultato è che l'informazione si restringe, s'amalgama, s'avvita su se stessa. Diviene sempre più difficile confrontare vedute opposte, interpretazioni discordanti. Mentre a sua volta l'ambiente politico si divarica come le due lame d'una

forbice, perde i luoghi di discussione, di partecipazione condivisa. E la democrazia subisce una ferita che può ben essere mortale. Giacché quest'ultima si fonda sulla competizione fra le idee, fra i progetti. Nonché su onesti compromessi, qualche volta, dato che la ragione non sta mai da una parte sola. Tuttavia per funzionare ha bisogno che ciascuno mostri interesse, o almeno curiosità, per le tesi altrui. Ha bisogno, innanzitutto, che le opinioni circolino, anche dove meno te l'aspetti. Dopotutto, gli incontri non programmati sono spesso decisivi, sia per gli individui che per la società nel suo complesso. ³³Ma in una società autoreferenziale, chiusa a chiave con i lucchetti della profilazione di massa, diventano impossibili.

È infatti questa la vittima sacrificale dei Big Data: la dottrina del “foro pubblico”, dei luoghi in cui s'esprime la libertà di parola. Non a caso negli Stati Uniti è precluso al governo chiudere le piazze o le strade, affinché i cittadini dispongano sempre di spazi dove dibattere liberamente, senza autorizzazioni né censure. Perciò la collettività deve mantenere a proprie spese quegli spazi: perché sono una continuazione dell' *agorà* , ambienti dov'è possibile ascoltare qualsiasi tipo d'opinione. Ne è testimone una sentenza della Corte suprema, vergata nel 1939: “Ogni luogo che possa essere considerato una strada o un parco, da tempo immemore mantenuto disponibile per la fruizione da parte del pubblico e per il tempo libero, consente la trasmissione del pensiero fra i cittadini e la discussione di questioni di pubblico interesse”; dunque rappresenta “una parte dei privilegi, delle immunità, dei diritti e delle libertà riconosciuti ai cittadini”. ³⁴

Ma se questo vale per le piazze, dovrebbe valere anche per Internet. Là viceversa ciascuno riceve soprattutto l'opinione conforme, o meglio consonante con la propria opinione. Le informazioni viaggiano su universi paralleli, sicché non esiste più un patrimonio di conoscenze comuni. E la polarizzazione di gruppo, il confronto ristretto a quanti muovono dalla stessa idea, alimenta una deriva radicale, se non anche violenta verso i dissenzienti. Attecchisce il settarismo, si diffonde l'intransigenza verso l'altro, qualsiasi altro. E la democrazia si sgonfia come un pallone bucato.

Ogni innovazione tecnologica, del resto, procede in questa direzione. Così, nel 2018 Facebook ha annunciato un cambiamento radicale nell'algoritmo che regola il funzionamento della *news feed* , ossia la sezione principale del *social* dove compaiono notizie, video, pagine, e in generale le

interazioni dei nostri “amici”: priorità alle *news* che riguardano gli utenti e le persone a loro più vicine, comprese quelle appartenenti a comunità legate da interessi specifici come il tifo per una squadra di calcio, il collezionismo, o magari un pregiudizio razziale. Lo scopo dichiarato è indurci a spendere una parte crescente del tempo su Facebook, e che questo tempo acquisti per ciascuno di noi un valore sempre più elevato, interagendo con i nostri simili, con i membri della nostra stessa tribù. Ma in ultimo tale strategia non è che un passo in avanti verso la disgregazione, verso la separazione delle diverse cellule-comunità che convivono nell'alveare della Rete: tutte interconnesse sullo stesso *social*, e al contempo tutte divise l'una dall'altra, perché Facebook ne ostacola la comunicazione reciproca. ³⁵

S'avvera perciò il pronostico a suo tempo formulato da Eric Schmidt, amministratore delegato di Google: “La tecnologia sarà così avanzata che diventerà molto difficile per le persone guardare o consumare qualcosa che in un certo senso non sia stato confezionato su misura per loro”. ³⁶ Sennonché la confezione su misura ormai investe l'offerta politica, non più soltanto quella commerciale. Come ammettono, peraltro, gli stessi artefici della prigione elettronica in cui siamo rinchiusi. Dice Samidh Chakrabarti, responsabile per il *civic engagement* di Facebook: “I *social network* possono erodere la democrazia”. Osserva Tristan Harris, ex *design ethicist* di Google: “tecnici che crearono gli strumenti che ora ci spingono a consultare continuamente il cellulare hanno generato l'hackeraggio del cervello”. Dichiarò Reed Hastings, fondatore di Netflix: “Il nostro principale concorrente non è Amazon, bensì il sonno degli spettatori”. Aggiunge Evan Williams, cofondatore di Twitter: “Credevo che dare più libertà alla gente di scambiare idee e informazioni in rete bastasse di per sé a creare un mondo migliore. Sbagliavo, Internet è a pezzi”. Conclude Chamath Palihapitiya, ex vicepresidente di Facebook: “Le nostre tecnologie stanno distruggendo il tessuto sociale”. ³⁷

Anche il tessuto democratico, però, è ormai a brandelli. La chiamano *bubble democracy*, la democrazia della bolla: un sistema dove le correnti d'opinione si muovono in sciami dalle traiettorie imprevedibili e cangianti, alimentati per lo più da una carica di risentimento, non dal sentimento. ³⁸ Da qui gli *hate speech*, parole violente come spari, che deflagrano ai quattro angoli del web. ³⁹ Da qui le fantasie di cospirazioni, di complotti, che

incattiviscono le nostre relazioni, che propagano il sospetto, una reazione difensiva e al contempo offensiva contro i fantasmi della nostra società. Da qui, in ultimo, il doppio paradosso della democrazia elettronica. Perché dispensa libertà pubbliche e controlli privati: una “schizofrenia tecnologica”, come diceva Stefano Rodotà.⁴⁰ E perché in quell’ambito le libertà non hanno contrappesi, evocando perciò l’ammonimento di Platone: “Dalla somma libertà viene la schiavitù maggiore e più feroce”.⁴¹

Sta di fatto che la tecnologia – nonostante ogni apparenza – esprime una vocazione autoritaria, non libertaria. Uno smartphone, per esempio, è semplice da usare. Così pure un lettore di e-book, il navigatore montato sulle nostre autovetture, la PlayStation. Tutti i nuovi dispositivi elettronici fanno a gara per rendere il loro uso sempre più intuitivo, più immediato, come i giochi dei bambini; e su tale qualità si decide la competizione fra le aziende produttrici. La democrazia, viceversa, è una creatura complicata, con le sue lungaggini, con le procedure parlamentari o giudiziarie da cui scaturiscono decisioni sempre revocabili, sempre esposte a un’altra ripartenza. Talvolta troppo complicata, è vero, specialmente alle nostre latitudini; tuttavia ovunque nel mondo gli adolescenti possono usare il tablet, però non possono votare.

Da ciò un elemento di frizione, se non d’antagonismo, fra democrazia e innovazione tecnologica; da ciò, forse, un inquietante corollario. Ossia il successo globale dei movimenti populistici, delle strategie politiche semplificanti, delle scorciatoie decisioniste, mentre i Paesi principali – dall’America di Trump alla Russia di Putin alla Cina di Xi Jinping – curvano verso sistemi autoritari, o comunque illiberali. Sarà una coincidenza, però negli ultimi decenni la democrazia non è mai stata così fragile come da quando siamo tutti connessi con un clic. Giacché la tecno-scienza sta modificando le nostre strutture mentali, oltre che la cultura collettiva.⁴² Ci abitua a soluzioni rapide, a risposte semplici anche dinanzi ai problemi più complessi. Ma vale pur sempre il vecchio monito di Montesquieu: “Il tiranno pensa innanzi tutto a semplificare le leggi”.⁴³

Insomma, il paradiso promesso dalla Rete rischia di dimostrarsi simile all’inferno. Nel frattempo cadono una a una le illusioni con cui quel paradiso ci era stato annunciato. Non è vero che il web è l’arma che ci difende dal potere, perché quest’ultimo se ne serve meglio e di più rispetto

ai cittadini: per esempio attraverso l' *e-government* , con cui il potere esecutivo si rafforza, marginalizzando il Parlamento. ⁴⁴Non è vero che le tecnologie digitali sono orientate unicamente verso la condivisione del sapere, perché risultano altrettanto efficaci nei processi di razionalizzazione del potere: per esempio allestendo consultazioni pubbliche dove il quesito contiene già, in buona sostanza, la risposta, col risultato d'azzerare la responsabilità politica dei governi. Infine non è vero che Internet consente la massima partecipazione democratica nella selezione (ed eventualmente nella revoca) dei rappresentanti popolari.

O meglio, consente la partecipazione, ma talvolta a scapito della democrazia. Perché quest'ultima si nutre di procedure, di garanzie formali che mancano del tutto quando l' *agorà* si trasforma in tribunale, come le plebi radunate al Colosseo rispetto al gladiatore sconfitto. E perché la scelta online dei candidati può ben essere inquinata dal *cross-voting* (quando l'avversario politico fa confluire i propri voti sul candidato più debole, per trarne vantaggio nella competizione elettorale), da brogli telematici, dall'assenza del contraddittorio. ⁴⁵Tocqueville paventava la dittatura della maggioranza, quale massimo rischio delle democrazie moderne; qui e oggi, viceversa, il pericolo concreto consiste nella dittatura della minoranza.

La post-verità

L'emblema di questa nuova condizione umana sono i gruppi chiusi su Facebook. Nascono su iniziative che intendono aggregare le persone attorno a un certo argomento, e gli argomenti sono i più svariati; ma al loro interno si suona sempre un unico spartito. Con quali conseguenze? Le mostra, per esempio, una ricerca pubblicata nel 2016: i gruppi chiusi di Facebook ignorano le informazioni discordanti rispetto alle proprie convinzioni, mentre accettano quelle che suonano conformi, anche se chiaramente false.

⁴⁶ Di più: l'opinione avversa può persino funzionare da collante, come il verbo degli eretici rispetto all'ortodossia religiosa. Aumentando, così, la "polarizzazione di gruppo", ossia quel fenomeno per cui la discussione prolungata della stessa tesi, da parte di quanti se ne dichiarano seguaci, ha l'effetto di rafforzare i convincimenti collettivi, orientandoli verso la posizione più estrema e intransigente.

Da qui un passaggio storico, un salto culturale: se nel Quattrocento l'invenzione della stampa a caratteri mobili inaugurò l'era dell'informazione, ora si è aperta l'era della disinformazione. Non a caso il World Economic Forum, già nel 2013, indicò la massiccia disinformazione digitale come una tra le principali minacce dell'età contemporanea. E non a caso questa è l'epoca delle *fake news*, che volano come api impazzite nei cieli della Rete. Sono le bufale, le balle, un genere letterario antico quanto l'uomo. La politica se ne è sempre nutrita, vuoi per denigrare gli avversari, vuoi per giustificare le proprie condotte. "Non si mente mai così tanto come prima delle elezioni, durante una guerra e dopo la caccia", diceva Otto von Bismarck. E infatti la casistica è più lunga di un lenzuolo, dalle teorie cospiratrici accreditate dai nazisti per annientare gli ebrei alle bugie di Bush e Blair sugli arsenali chimici di Saddam Hussein, che condussero all'invasione dell'Iraq. Però in tempi recenti le notizie false si moltiplicano,

si propagano a raggiera, determinano perfino l'elezione di un presidente degli Stati Uniti: Donald Trump, l'uomo politico meno legato alla realtà dei fatti in tutta la storia americana. ⁴⁷

Le ragioni di questo fenomeno perverso sono almeno sei, e dipendono – per l'appunto – dal dominio del web sulle nostre esistenze, individuali e collettive. In primo luogo la polarizzazione di gruppo indotta dai *social network*, ne abbiamo già parlato. In secondo luogo la spinta alla condivisione, alimentata anch'essa dai *like* di Facebook, dagli *share*, dagli indici di gradimento che punteggiano ogni esperienza digitale. In terzo luogo la “camera dell'eco” (*echo chamber*), in cui ci rinchiudiamo quando restiamo soli fra le pareti d'un computer: una condizione claustrofobica che al contempo ci rende più indifesi, più esposti al pregiudizio. In quarto luogo il calo di fiducia nei media tradizionali – documentato dal crollo dei quotidiani in tutto il mondo – che comporta la perdita di qualsiasi controllo sulla qualità dell'informazione. In quinto luogo la struttura lenticolare della Rete, dove non esiste un centro di gravità, sicché le informazioni si diramano senza incontrare freni né barriere, senza la responsabilità da cui sono gravati gli editori. In sesto luogo la logica degli algoritmi, che rilanciano le notizie maggiormente condivise, trasformandole in verità assolute. ⁴⁸

Ma la verità è morta, pace all'anima sua. Ne ha preso le veci la “post-verità” (*post-truth* o *post-fact*), ossia l'opinione che si regge soltanto su se stessa, perché la realtà è divenuta irrilevante, perché i fatti suonano sempre inconsistenti; contano solo le convinzioni personali, e guai a chi osa contraddirle. ⁴⁹—Le Twin Towers? Una messinscena della Cia. Le vaccinazioni? Più pericolose del curaro. Lo sbarco sulla luna? Un'altra frottole messa in circolo dall'imperialismo americano. E via via, fino a smontare Auschwitz, fino a soffiare sui negazionismi che disfano la storia, la privano d'ogni autorità. Giunge pertanto a conclusione la parabola aperta durante il secolo dei Lumi: dal primato della ragione a quello dell'emozione, dall'etica del dubbio alle certezze ferree, dal giudizio al pregiudizio. Certo, la natura umana è fragile, la realtà spesso è ingannevole: “Dobbiamo tollerarci reciprocamente perché siamo tutti deboli, incoerenti, volubili, soggetti all'errore”, diceva Voltaire. Ma l'esperienza digitale ci ha invece reso intolleranti, nemici gli uni agli altri. Ha eretto convinzioni che non si

lasciano scalfire, nemmeno dinanzi alla prova del contrario. E in conclusione ci ha abituato a selezionare i contenuti per pregiudizio di conferma (*confirmation bias*), sulla base d'un parametro tutto soggettivo, anziché oggettivo.

Sicché le nostre aspettative sui fatti finiscono per sostituirsi ai fatti, li plasmano, li rovesciano come un calzino. È sempre successo, ma non in queste proporzioni. Nel 1981 una ricercatrice americana chiese a un gruppo di persone di visionare un filmato, dove una donna festeggiava il proprio compleanno. Disse ad alcuni che si trattava d'una cameriera, ad altri che la protagonista era una bibliotecaria. E alla fine i primi ricordarono che avesse bevuto una birra, i secondi che la donna portasse gli occhiali. Erano vere entrambe le informazioni, ma ciascun gruppo aveva poi rimosso quella discordante con le proprie attese. ⁵⁰Insomma, ognuno di noi inforca un paio di lenti, quando osserva il mondo. Ma il mondo della Rete è in se stesso una lente deformante. Le notizie più cliccate sono sempre le più strambe, se non le più improbabili. E le informazioni antiscientifiche hanno la meglio, e di gran lunga, su quelle scientifiche.

Nel 2015 una ricerca ha analizzato il comportamento di oltre 2 milioni di utenti italiani su Facebook, durante un periodo di sei mesi; ne è venuto fuori che le notizie, per così dire, "alternative" hanno ricevuto il quadruplo dei commenti rispetto alle fonti scientifiche (648.183 commenti contro 140.057).

⁵¹-Ma è la grammatica di Facebook a trasformarci in un popolo bambino, perennemente assorto nella ricerca d'emozioni, più che di riflessioni. Lì dentro, in quel mondo virtuale, puoi cliccare "mi piace", non invece "mi interessa", non invece "m'importa": significa che ciascuno se ne serve per procurarsi un piacere momentaneo, anziché una conoscenza duratura. E significa altresì che ci arrivano all'orecchio le notizie più divertenti e (per l'appunto) più piacevoli, non le tragedie collettive, non i fatti complessi dell'età contemporanea. Del resto pure l'amicizia – cui Cicerone dedicò un dialogo intenso e disperato (*Laelius de amicitia*) – nel microcosmo di Facebook indica piuttosto una relazione fluida, fuggevole, indifferenziata: i tuoi amici sono coloro che hanno accesso alla tua pagina, anche se non li hai mai incontrati di persona.

In ultimo, questa comunità di voci telematiche forgia una pseudoscienza, che s'opponne alla scienza ufficiale. Perché mai consultare un medico,

quando digitando i tuoi sintomi su Google puoi ottenere la diagnosi precisa del malanno che t'allevi in corpo? E perché credere ai libri, se ogni libro riflette l'opinione d'un autore, mentre Internet raccoglie l'opinione collettiva? Da qui il *Google-knowing* : ne sappiamo di più, ma capiamo assai meno, giacché prendiamo per oro colato i risultati delle nostre ricerche sul web. ⁵²Da qui il nuovo rito di cui siamo divenuti sacerdoti: il funerale dell'esperto. Ovvero l'illusione che la cultura possa venire condivisa con un *like* . Che chiunque possa dettare analisi e commenti, basta informarsi su Wikipedia o sui link ai quali fa rinvio l'enciclopedia digitale che tutti usano in Rete. Che in ogni caso, se la prima affermazione contenesse qualche errore, verrà poi corretta dalle successive affermazioni, aggiunte dagli altri utenti che partecipano alla stessa discussione.

Sennonché due ignoranti non fanno un sapiente. ⁵³E la cultura, quella autentica, è un bene elitario, giacché costa studi, sforzi, applicazione. La sua regola non scritta – diceva Theodor W. Adorno – consiste nella legge della cooptazione. E la cooptazione, a sua volta, non può che affidarsi al “denigrato personaggio dell'esperto”. ⁵⁴Altrimenti chi mai dovrebbe dispensare cattedre, attestati, riconoscimenti? Forse il sottosegretario di turno senza una laurea in tasca? O invece gli elettori con un referendum sul web? Sono gli ingegneri a formare i nuovi ingegneri; e certamente nessuna folla può stabilire per acclamazione le regole dell'ingegneria.

Insomma, il nuovo che avanza non è un sapere diffuso, bensì un'ignoranza confusa. L'“agnotologia” di cui ha parlato per primo Robert Proctor, professore di Storia della scienza all'università di Stanford. ⁵⁵In greco antico, infatti, *agnôsis* significa “mancanza di conoscenza”. E l'agnotologia accende i riflettori della scienza sulla non scienza, sulle false verità propagate attraverso dati fuorvianti o approssimativi. In buona o in malafede, come fa l'industria del tabacco. Ma la santificazione dell'errore non verrebbe celebrata in lungo e in largo senza la potenza dirompente della Rete. Giacché quest'ultima converte il falso nel vero, trasforma in reale l'irreale.

Ne è testimonianza una storia, una fra le tante di cui ci informano le cronache. Nel gennaio 2018 Facebook ha bloccato la pagina online di Cristina Giordana, una mamma piemontese. O meglio, non la sua pagina, bensì quella del figlio, morto qualche mese prima in un incidente sui campi

da sci. Lei continuava ad aggiornarla, scrivendo post a nome del ragazzo, tenendosi in contatto con i suoi vecchi amici. E rimpiazzando così la morte con la vita, l'assenza reale con una presenza virtuale. Sicché, quando Facebook le ha vietato l'accesso per impedire la falsificazione della pagina, la signora Giordana si è ribellata con tutte le sue forze, ha chiesto aiuto, s'è rivolta agli avvocati: per lei, in quel momento, suo figlio era morto di nuovo.

Battaglia persa, tuttavia, come quella di chi reclama maggiore trasparenza, maggiore privacy, maggiore verità nel mondo parallelo della Rete. Anche se di proposte, di presunte soluzioni, ne vengono avanzate in quantità. C'è chi, per esempio, auspica l'uso d'algoritmi selettivi, basati sulla reputazione dei siti ⁵⁶; ma i GAFA fanno orecchie da mercante. Altri avevano suggerito di rendere ogni utente proprietario del suo *social graph* (ossia della rete di contatti stabiliti nei *social media*), sottraendo i dati al monopolio delle diverse piattaforme, in modo da poter trasportare questo network personale da Google a Twitter a Facebook ⁵⁷; e in effetti il nuovo regolamento europeo sulla protezione dei dati (*General Data Protection Regulation*) garantisce questo diritto, benché ne sia a conoscenza soltanto il 9% degli utenti. ⁵⁸ Infine due pionieri della tematica in questione – Cass R. Sunstein e Eli Pariser – si sono spinti a immaginare l'idea del *must carry*, cioè un obbligo di legge per i siti d'ospitare link d'orientamento opposto, per permettere all'utente di confrontarsi con l'opinione antagonista rispetto a quella che gli viene prospettata. ⁵⁹

Proposte generose, che rischiano però di sacrificare il bene stesso della libertà nel momento in cui vogliono difenderlo. Chi mai dovrebbe valutare, infatti, se un contenuto è davvero antitetico, o quantomeno alternativo, rispetto a quello che stiamo consultando? Se tale compito viene affidato alle imprese, c'è il pericolo d'ulteriori manipolazioni; e c'è la sicurezza, inoltre, d'aumentare la profilazione degli utenti, giacché altrimenti le imprese non potrebbero riconoscere i contenuti avversi all'opinione di ciascuno. ⁶⁰–Se invece il controllore fosse un'autorità pubblica, cadremmo nel dirigismo di Stato, un rimedio peggiore del male. E poi, sarebbe come dire che ogni giornale comunista deve pubblicare articoli fascisti: una trovata eccentrica, oltre che illiberale.

Il tempo della disintermediazione

L'uomo è un animale sociale, diceva Aristotele ⁶¹ : si realizza stando insieme agli altri uomini. Ma ormai non più, non è più così. Gli individui si sono progressivamente distaccati dai gruppi sociali di cui furono parte – la scuola, il quartiere, l'oratorio, la fabbrica, il partito. Hanno perso il senso stesso dell'appartenenza, del vissuto comune. E così tutti i corpi intermedi sono entrati in crisi, e così ogni identità collettiva è evaporata come una pozzanghera d'estate, lasciando sulle strade un popolo senza identità. Da qui il nuovo fenomeno di cui siamo attori involontari: l'era della disinformazione è anche l'epoca della disintermediazione.

La parola si deve a Paul Hawken, che la usò in un libro del 1983 ⁶²; ma il concetto prende forma grazie al web, e da lì s'irradia nel commercio, nella cultura collettiva, nei nuovi orizzonti politici e sociali. In sintesi, si tratta del fenomeno che mette in rapporto produttori e fruitori di un bene o d'un servizio, saltando qualunque intermediario; un rapporto diretto, orizzontale, e per l'appunto senza *medium* , senza nessuno che stia in mezzo. Più comodo, più rapido, e anche più economico, giacché altrimenti il grossista (o chi per lui) intascherebbe la sua parte. E allora come mai non ci avevamo pensato nei secoli trascorsi? Risposta: perché non era ancora apparsa la tecnologia digitale. È stata quest'ultima, ad esempio, a permettere a chiunque di pubblicare da sé i propri libri (*self publishing*), scavalcando l'editore: basta utilizzare una piattaforma online, stampare l'opera in edizione digitale, e poi metterla in vendita attraverso i canali della Rete. Risultato? Negli Usa i titoli autopubblicati sono almeno il triplo rispetto a quelli con un editore; in Italia il sito più diffuso (*Ilmiolibro*) è stato utilizzato da oltre 35 mila autori nei primi quattro anni, dal 2012 al 2015.

Ma la disintermediazione ormai copre ogni settore della nostra vita collettiva. Il trasporto urbano, con operatori come Uber o con i servizi di *car*

sharing . Le locazioni, giacché con Airbnb si trovano affitti a poco prezzo ovunque. La musica, dove il fenomeno si manifestò per primo, attraverso Napster e altre piattaforme *peer-to-peer* . L'informazione, dato che il web trabocca di notizie, dato che il 67% degli americani si informa sui *social media* (così il Pew Research Center, agosto 2017), e infatti i giornali – al pari delle case discografiche – sono in crisi in tutto il mondo. Il turismo, sempre più in mano ai grandi portali come Trivago, Expedia, Booking. Il mercato alimentare, attraverso consorzi e *farmers market* con cui gli agricoltori raggiungono i consumatori, bypassando la distribuzione organizzata. E in generale ogni tipo d'acquisto, che ciascuno può effettuare su Amazon o direttamente sul sito della casa produttrice. Sicché le aziende, gli operatori dell'industria culturale, i giornalisti, i politici hanno perso il potere di selezionare i contenuti da trasmettere al pubblico. Anche i politici, sì. Perché la disintermediazione colpisce infine la politica, travolgendo i suoi attori storici: partiti e sindacati.

Quanto alle organizzazioni sindacali, la loro crisi è già tutta nei numeri. Il principale sindacato italiano – la Cgil – qualche anno fa contava 5 milioni d'iscritti; ne sono rimasti meno di 3 milioni, in gran parte pensionati. Da qui un calo d'influenza, da qui anche un deficit di reputazione: stando a un'indagine di Community Media Research (aprile 2017), il 30% degli italiani pensa che le cose andrebbero assai meglio senza i sindacati, il 26% si dichiara del tutto disinteressato alle loro *performance* .

Ma questa crisi descrive un fenomeno globale, non soltanto italiano. Fino agli anni Settanta del secolo scorso la rappresentatività dei sindacati toccava punte del 50%; adesso è precipitata sotto la soglia del 30% in Gran Bretagna e Canada; del 20% in Spagna, Germania, Australia; e s'attesta sul 10% negli Stati Uniti come in Francia. Unica eccezione: i Paesi scandinavi, perché laggiù i sindacati amministrano i fondi assicurativi contro la disoccupazione. Però nel resto del mondo subiscono gli effetti corrosivi della modernità. Quali? L'eclissi della grande industria, sostituita da una galassia di piccole imprese non sindacalizzate, dove il lavoratore è solo davanti al padroncino; il post-fordismo, e dunque la scomparsa della classe operaia, anzi della coscienza di classe *tout court* ; la globalizzazione dei mercati; il lavoro liquido, saltuario; infine l'individualismo, ossia la condizione umana del terzo millennio, in Oriente come in Occidente.

La stessa emorragia d'iscritti e di fiducia popolare ha dissanguato i

partiti. Furono un tempo i *corps intermédiaires* (come li definiva Montesquieu) destinati a fare da “ossatura politica” del popolo ⁶³⁻; sono diventati altrettante teste senza corpo. Nell'immediato dopoguerra il Pci poteva contare su oltre 2 milioni di iscritti, e ancora nel 1990 la Dc ne sommava 2.110.000; adesso il Pd, loro erede politico, non arriva a 400 mila. Nove militanti su dieci, quindi, sono fuggiti altrove. In Italia, come nel resto d'Europa. Perché anche in Francia, in Gran Bretagna, nei Paesi scandinavi, in Olanda, nel giro d'un ventennio (fra gli anni Ottanta e i Novanta) il rapporto fra iscritti ed elettori dei partiti si dimezza, passando dal 10% al 4,7% ⁶⁴⁻, mentre nel frattempo li sommerge un'onda di discredito, se non d'astio popolare. Tanto che un'indagine del Censis, già nel 2000, calcolava che soltanto il 4,4% degli italiani si sentisse rappresentato dai partiti.

Sicché la politica comincia a esprimersi al di fuori dei partiti, viaggia per altri canali. Con le liste civiche che fioccano in ogni elezione locale, dove conta la faccia, non la bandiera. E a livello nazionale, con la corsa a firmare i referendum. Ma già all'alba degli anni Settanta il movimento femminista cambiò i costumi occidentali senza una vera cabina di comando, senza portavoce eletti in Parlamento, in breve senza costituirsi in partito.

Tuttavia il vero cambiamento, una volta di più, si deve alla tecnologia. Perché il web consente uno scambio continuo di informazioni e di proposte, e perché permette di convocare imponenti manifestazioni. Per esempio *Se non ora quando?*, la manifestazione delle donne organizzata con un tam tam su Internet, che il 13 febbraio 2011 ha riempito le piazze con un milione di persone. E all'estero, la primavera araba. Il movimento *Occupy Wall Street*. Gli Indignados in Spagna. La rete dei dissidenti in Russia. La stessa campagna elettorale di Obama, e poi quella di Trump, che dal web hanno attinto a piene mani. O infine i movimenti politici fondati sulla democrazia online: i Piraten in Germania, il Partito X in Spagna, e soprattutto, in Italia, i 5 Stelle: già la lista più votata al loro debutto elettorale (nelle politiche del 2013), cinque anni dopo conquistano le chiavi del governo.

Da qui un cambio di paradigma: orizzontale, non più verticale. Quantomeno nelle intenzioni, nelle dichiarazioni programmatiche. Dove il declino della forma-partito, al pari della crisi che ha colpito tutti i corpi intermedi, parrebbe restituire lo scettro ai cittadini, liberandoli dal dominio dei loro rappresentanti nelle assemblee legislative. E raccogliendo, a

distanza di due secoli e mezzo, la sentenza di Rousseau: “Il popolo inglese crede di essere libero” recita un celebre passo del *Contrat social* “ma si sbaglia di grosso. Lo è soltanto durante l’elezione dei membri del Parlamento; appena questi sono eletti, esso diventa schiavo, non è più niente. Nei brevi momenti della sua libertà, l’uso che ne fa merita di fargliela perdere”. ⁶⁵ Adesso, viceversa, la democrazia elettronica promette di liberarci dalle catene del potere. Consente un referendum permanente su ogni questione di pubblico interesse. Rovescia il rapporto fra governanti e governati, lasciando i primi nudi, senza le insegne del comando, mentre ovunque si consuma il ritiro della delega, mentre in tutto il globo entrano in crisi i Parlamenti. ⁶⁶-Non a caso negli Stati Uniti il politologo Benjamin Barber propone di sostituirli con un congresso di sindaci. ⁶⁷

Suggerimenti, idee, illuminazioni che in futuro potranno forse accendere le nostre democrazie oscurate dalla crisi. Ma nell’attesa ci tormenta un’emicrania. Anzi, un robusto mal di Capo. Ultima fitta alle meningi del popolo italiano: le primarie del Movimento 5 Stelle, celebrate nel settembre 2017 online. Servivano forse a designare un presidente, un segretario, un direttore dei lavori? No, sono state indette per incoronare il “capo politico” di quella formazione. Espressione d’antan, che rievoca la legge fascistissima n. 2263 del 1925, con cui il presidente del Consiglio venne trasformato in “capo del governo”. Ma l’espressione torna in auge nel regolamento dei 5 Stelle, e vi ritorna per 17 volte nei suoi 7 articoli. Sicché il capo capeggia ogni capitolo della vita associativa. Lui, soltanto lui, nomina il gestore del sito web. Concede l’uso del simbolo. Autorizza manifestazioni e iniziative. Suggerisce modifiche al regolamento e allo statuto. Detta i temi da sottoporre a votazioni in rete. Indice le stesse votazioni. Le fa ripetere, se il risultato non gli aggrada. Elide la maggioranza dei due terzi richiesta per alcune votazioni. Determina le regole sulle candidature. Propone la scelta dei probiviri. Annulla le sanzioni disciplinari, “laddove sia in disaccordo”.

Insomma, una capocrazia. Benché piuttosto schizofrenica nei suoi atti costitutivi, ovvero il non statuto (si chiama così, o meglio non si chiama) e il regolamento: per il primo, uno vale uno; per il secondo, uno vale tutti. Ma in fondo questo è lo spirito dei tempi, lo *Zeitgeist* che soffia sulle nostre fronti: un mix di democrazia digitale e d’autocrazia sostanziale. I 5 Stelle si stanno portando avanti con il lavoro, ma non è che gli altri partiti rifiutino primarie

e secondarie, non è che disdegnino il culto del capoccia.

Ne è prova una rapida analisi dei loro statuti. Partito democratico: qui il segretario è anche il candidato Premier: dalla separazione alla concentrazione dei poteri. E per sovrapprezzo esprime l'indirizzo del partito, ne gestisce il simbolo, decide le liste elettorali. In Forza Italia, viceversa, il capo si chiama presidente. E il presidente, *of course*, presidia e presiede: il Comitato di presidenza, il Consiglio nazionale, il Congresso nazionale, la Conferenza dei coordinatori regionali. Tutti organi i cui membri sono in buona parte nominati dallo stesso presidente. E se lo attraversa un dubbio sulle nomine? Chiede consigli alla Consulta del presidente, dopo averla nominata. Quanto alla Lega, il suo statuto taglia corto: il segretario federale può svolgere "ogni e qualsivoglia attività". Ma a scampo d'equivoci il medesimo statuto gli attribuisce il controllo del Comitato amministrativo federale, che gestisce i quattrini; il potere d'esprimere pareri vincolanti, ovvero ordini e diktat; e se poi è proprio indispensabile votare, il suo voto vale doppio, come quello dei capifamiglia negli antichi regimi.

Però la capocrazia non è un'invenzione di questo o quel partito. In Italia c'è ormai un ambiente istituzionale che l'alleva, la nutre, la vezzeggia. A cominciare dalla legge elettorale, dove campeggia un duplice riferimento al "capo della forza politica" e all'"unico capo della coalizione". Eppure la democrazia – diceva Kelsen, sulle orme di Platone – è assenza di capi. Qui e oggi, viceversa, la loro voce suona sempre più potente, come lo starnuto di Giove. Da qui un dubbio, un'apprensione, una domanda: la democrazia del capo è un rompicapo. Tuttavia ciascuno deve affrontarlo in solitudine, anzi con una doppia solitudine: la propria e quella del Capo solitario.

È infatti questo che ci sta accadendo: un sentimento collettivo d'esclusione, di lontananza rispetto alle vite degli altri, come se ciascuno fosse un'isola, una boa che galleggia in mare aperto. La solitudine si diffonde tra gli adolescenti, presso i quali cresce il fenomeno del ritiro sociale, altrimenti detto *hikikomori*. Diventa una prigione per gli anziani, la cui unica compagna è quasi sempre la tv. Infine sommerge come un'onda ogni generazione, ogni ceto sociale, ogni contrada del nostro territorio. Ne sono prova le ricerche sociologiche, oltre che l'esperienza di cui siamo tutti testimoni. 8,5 milioni di italiani (la metà al Nord) vivono da soli; e molti di più si sentono soli, senza un affetto, senza il conforto di un amante o d'un amico. Così, nel 2015 Eurostat ha certificato che il 13,2% degli italiani non

ha nessuno cui rivolgersi nei momenti di difficoltà: la percentuale più alta d'Europa. Mentre l'11,9% non sa indicare un conoscente né un parente con cui parli abitualmente dei propri affanni, dei propri problemi. Non a caso Telefono Amico Italia riceve quasi 50 mila chiamate l'anno. Non a caso, stando a un Rapporto Censis (dicembre 2014), il 47% degli italiani dichiara di rimanere da solo in media per 5 ore al giorno. E non a caso nel 2018, agli esami di maturità, la traccia più scelta dagli studenti s'intitolava «I diversi volti della solitudine nell'arte e nella letteratura».

Questa malattia non colpisce soltanto gli italiani. È un fungo tossico della modernità, e dunque cresce in tutti i boschi. Negli Stati Uniti il 39% degli adulti non è sposato né convive; mentre l'Health and Retirement Study attesta che il 28% dei più vecchi passa le giornate in uno stato di solitudine assoluta. Succede pure in Giappone, dove gli anziani poveri e soli scelgono il carcere, pur di procurarsi cibo caldo e un po' di compagnia; o in Inghilterra, dove la metà degli over 75 vive da sola. Tanto che da quelle parti il governo May, nel gennaio 2018, ha istituito il Ministero della Solitudine, affidandone la guida a Tracey Crouch; tuttavia già in precedenza funzionava una commissione con le medesime funzioni, inventata da Jo Cox, la deputata laburista uccisa da un estremista alla vigilia del referendum su Brexit. Ma può mai reggere un sistema democratico senza la voglia di parlarsi, di cercarsi? Senza la percezione d'un destino comune, ognuno solo dentro una folla anonima e straniera? Probabilmente no, e probabilmente il nuovo coincide con l'antico. Dopotutto, a voltarsi indietro lungo la corsa dei millenni, la democrazia ci appare come una scheggia della storia: i regimi teocratici e dispotici esprimono la regola, e prima o poi la regola ottiene il sopravvento sull'eccezione.

Circoli viziosi

Si respira un'aria fiacca, stanca. Mancano gli stimoli, sono venute meno anche le forze. Una volta le traevi dalle idee, se non dagli ideali. E le idee sbucavano dai libri. Ma di che parlano, adesso, i libri? Parlano d'altri libri, non più della vita. Rimasticano pagine già scritte, dettandone l'ennesima variante. Raccontano una storia che non ha più il potere di sedurti, né di sorprenderti, perché la conosci già, e ciò che conosci non ti piace, o comunque non ti meraviglia. È dallo stupore che si genera la filosofia, diceva Aristotele. Ma il filosofo attinge a un'energia vitale, che a sua volta si trasmette con parole nuove, vergini. Le nostre parole, invece, parrebbero tutte consumate. E allora i libri si ritorcono in se stessi, diventano sempre più autoreferenziali, cadono nel vizio di Narciso.

Basta volgere lo sguardo sulla pubblicistica che ruota attorno alle classifiche dei libri. Quelle reali o (più spesso) quelle immaginarie, in cui il lettore si trasforma in uno scrittore, e lo scrittore nella giuria del premio Strega. Un titolo a caso: *I cento libri che rendono più ricca la nostra vita*, di Piero Dorflès (Garzanti 2014). Ma i libri in classifica talvolta sono 10, o 50, o 27, e quando ne spulci l'elenco magari scopri che manca l'*Odissea*. Senza dire dei libri che pretendono d'insegnarti a leggere (per esempio Nick Hornby, *Una vita da lettore*, Guanda 2006), con un cortocircuito logico, perché se non sai leggere non saprai nemmeno leggere il libro che t'insegna a leggere. O senza citare i volumi sull'editoria libraria, come quello pubblicato nel 2014 da Gian Arturo Ferrari: un libro che s'intitola *Libro*.

Questa produzione torrenziale non ha niente a che fare con la letteratura. Non racconta storie, non genera romanzi. Anche quando si concentra sulle biblioteche o sui bibliofili, non tende all'invenzione, quanto piuttosto alla catalogazione. Dunque non vi si può incontrare un'altra *Biblioteca di Babele* come quella immaginata da Borges, né la biblioteca dell'abbazia benedettina

descritta da Eco nel *Nome della rosa*. È assente la letteratura come d'altronde la metaletteratura, ossia i romanzi che girano attorno ai labirinti del romanzo, un genere coltivato per esempio dal Calvino di *Se una notte d'inverno un viaggiatore*. Può infatti darsi una capacità creativa anche quando l'arte riflette su se stessa. È successo nell'arte figurativa, a partire da *Las Meninas* di Velázquez (1656), dove il pittore si ritrae nell'atto di dipingere. O con la *Condition humaine* di Magritte (1933): un quadro nel quadro. È successo nel cinema con *Crepuscolo di gloria* di von Sternberg (1928), con *Effetto notte* di Truffaut (1973), con *La mala educación* di Almodóvar (2004), con molti altri film sui film, i quali costituiscono altrettanti capolavori della cinematografia.

Però in quest'universo di carta e di broccette no, non può succedere. I volumi che s'assiepano negli scaffali delle nostre librerie s'intrattengono in dettagli futili o talvolta eruditi, ma per lo più hanno smarrito il contatto con la vita, con la carnalità dell'esistenza. Suonano falsi, artificiosi. Trasudano d'un sapere libresco, senza emozioni, senza vibrazioni. L'esatto rovescio rispetto alle parole che s'affollano sul web: di qua una conoscenza fredda, di là un'ignoranza calda. E questo fenomeno attraversa la letteratura, non soltanto la saggistica. Sicché la prima ha perso forza narrativa, nei romanzi editi non meno che nelle prose online; ma quell'energia vivificante nessuno scrittore può trarla dal di dentro, se non alberga nel di fuori. E là fuori, viceversa, lo sguardo s'allarga su un deserto, su un proscenio vuoto.

Eppure questo vuoto è gremito di parole, di pagine stampate. Troppi libri, insomma. Nel 2016 i circa 1500 editori italiani hanno pubblicato 61.188 titoli, tirandone 129 milioni di copie. Significa il 3,7% in più rispetto all'anno precedente, significa un incremento del 20% in un ventennio. Però i lettori calano, svaniscono come polvere nell'aria. Nel 2010 costituivano il 46,8% della popolazione; cinque anni più tardi erano scesi al 42%; nel 2016 sono precipitati al 40,5%. E la flessione colpisce soprattutto i giovani, i meno attrezzati a districarsi nella selva di pagine che trabocca in libreria. Perché c'è un nesso, una relazione che suonerebbe evidente pure per un cieco, fra il troppo stampato e il poco letto. E perché a soffrirne sono specialmente i buoni libri, quei pochi ancora in circolazione, che rischiano d'essere sommersi dall'onda nera dell'inchiostro, confusi, nascosti, indistinguibili.

Ma non siamo attornati soltanto da una folla di parole: anche di note, dischi, brani musicali. In Italia vengono pubblicati ogni anno circa 1500

nuovi album d'artisti italiani (ma almeno il triplo contando pure gli album di artisti stranieri). Tutta questa musica rimbalza dalla radio, dal tablet, dallo smartphone, viene ascoltata in *streaming* (ciascuno di noi ha accesso a circa 35 milioni di brani, navigando in Rete), viaggia su supporti vecchi e nuovi (i Cd-Rom, gli Mp3, però anche il vinile: sembrava archeologia, invece dal 2012 questo mercato, in Italia, è cresciuto del 330%). E in conclusione ci ronzia nelle orecchie un unico lamento, o meglio un tormento, una cacofonia a più voci. Non più suono, soltanto rumore.

Capita lo stesso anche nel cinema (218 film italiani prodotti nel 2017, una decina in più rispetto all'anno precedente), per non dire della televisione, dove occupiamo il primo posto nell'Europa occidentale quanto al tempo speso da ciascuno davanti alla tv: 4 ore e 40 minuti al giorno, secondo una ricerca di Ihs Technology. Già, ma come trascorriamo questo tempo? Facendo *zapping* fra un canale e l'altro, dato che pure in questo caso l'offerta è alluvionale: la sola Rai dispone di 13 canali nazionali, 5 interregionali e 3 regionali, da cui trasmette per 24 ore al giorno. Sicché in ultimo guardi tutto, senza guardare nulla. Come succede dinanzi alla grande cineteca di Netflix (1685 film, 642 serie tv, 601 documentari): passi un'ora a scartabellarne i titoli, e quando ne hai scelto uno non hai più tempo per vederlo.

Nell'era tecnologica, del resto, ognuno vede ormai solo se stesso. E la camera dell'eco comprende anche lo spirito, anche la religione. Giacché attraverso Internet è possibile aderire alle concezioni di un predicatore che vive a migliaia di chilometri, sull'altro emisfero del pianeta; e intanto si moltiplicano i microgruppi religiosi insieme alle religioni fai-da-te, dove ciascuno prende un pezzo da questa o quella credenza religiosa, e così assembla il proprio puzzle personale, servendosi *à la carte* come a una sorta di supermercato dello spirito; insomma la fede è diventata porosa, e a sua volta l'individualizzazione delle credenze religiose ha generato il credente autonomo, che crede in talune verità rivelate (per esempio la divinità del Cristo) ma non in tutte (per esempio l'esistenza dell'inferno); infine nella galassia del New Age – ma anche in alcune grandi religioni come il buddhismo – la pluriappartenenza è regola, tanto che nel 1983 in Giappone sono stati censiti 120 milioni di abitanti, ma contemporaneamente 220 milioni di credenti. [68](#)

Succede, del resto, anche in Italia. Già sul volgere degli anni Novanta una ricerca attestava che il 21% degli italiani crede sia nella resurrezione che nella reincarnazione; più di recente, nel 2012, un'altra ricerca ha sommato gli atei, quanti si dichiarano lontani dalle forme istituzionali della religione, i seguaci di filosofie orientali, e in ultimo coloro che professano una fede fai-da-te, per concludere che il loro numero complessivo raggiunge il 70,8% del popolo italiano. ⁶⁹Insomma, una babele. Ma la religione *bricolage* non è che un altro aspetto delle nostre solitudini, perché innalza un Dio diverso sopra ciascun altare, e perché ogni individuo è solo dinanzi al proprio altare.

E c'è infine il diritto, lo specchio infranto nel quale si riflette la nostra esistenza collettiva. Nel 2007 la commissione Pajno contò 21.691 leggi in vigore, ma la somma comprendeva unicamente quelle dello Stato; bisogna invece aggiungere altrettante leggi regionali, bisogna immergersi nel gran mare dei regolamenti (all'incirca 70 mila), bisogna incamminarsi nel terreno minato dei reati (35 mila), spesso così bislacchi da trasformarti in reo senza saperlo, senza prevederlo. Perciò il cerchio si chiude: quando le leggi sono troppe s'elidono a vicenda, e in ultimo ciascuno fa come gli pare. Dal pieno nasce il vuoto, l'eccesso di diritto genera una crisi della legalità.

Ma quante parole servono per esprimere una regola? E quante regole servono per disciplinare l'universo? A giudicare dall'esperienza che andiamo maturando noi italiani, parole e regole non sono mai abbastanza. Come mostra la creatura legislativa più notevole degli ultimi anni: la riforma costituzionale generata in Parlamento nel 2016, e abortita poi dagli elettori. Dove campeggiava, a mo' di gonfalone, il nuovo articolo 70: 430 vocaboli, al posto delle 9 smilze parolette dettate dai costituenti. Con un labirinto di rinvii, di citazioni, di riferimenti ad altre norme della Costituzione. Sicché, ove quella riforma fosse entrata in vigore, il Senato avrebbe conservato la potestà legislativa "per le leggi di cui agli articoli 57, sesto comma, 80, secondo periodo, 114, terzo comma, 116, terzo comma, 117, quinto e nono comma, 119, sesto comma, 120, secondo comma, 122, primo comma, e 132, secondo comma". Più che una norma, una rubrica telefonica.

⁷⁰

D'altronde questo stile parossistico, questa stessa incontinenza semantica e verbale tracima da tutta la legislazione che ci inonda. Sicché inciampiamo nel nuovo Codice degli appalti (decreto legislativo n. 50 del 2016), dove

s'addensano 181 errori nei suoi 220 articoli, come dichiara l'“avviso di rettifica” pubblicato nella Gazzetta ufficiale. O sbattiamo il muso contro la legge sui disabili (n. 112 del 2016), ornata d'un periodo che infila sette genitivi sulle gengive del lettore: “nelle more del completamento del procedimento di definizione dei livelli essenziali delle prestazioni di cui all'articolo 13 del decreto...”.

Questo demone nomenclatore non rende le nostre leggi più precise; semmai le rende incomprensibili, dunque sommamente imprecise. La precisione, in una norma, risiede nella sua chiarezza espositiva. ⁷¹—E la chiarezza del diritto può anche sfiorare, perché no?, l'eleganza letteraria. Non a caso Stendhal diceva d'ispirarsi al *Code Napoléon*, per trarne ritmo ed eleganza narrativa. E non a caso Terracini, nel 1947, chiese a tre letterati d'alleggerire la Costituzione, di renderla più sobria, più aggraziata, prima che l'Assemblea costituente l'approvasse. No, non dipende dal diritto, dai suoi vocabolari, il timbro delirante delle leggi italiane. La loro oscurità deriva piuttosto da una crisi morale, che un anno dopo l'altro continua ad aggravarsi. Perché la corruzione s'estende poi al linguaggio, perché attraverso le parole risuonano le cose. L'estetica comprende in se stessa l'etica, lo dice per l'appunto la parola. E noi rischiamo di perdere entrambe le parole, entrambe le cose.

Ne è prova l'impovertimento della nostra sfera pubblica. C'è ancora un progetto, un'idea di destino comune, nel dibattito politico? A giudicare dall'esperienza che andiamo maturando, la risposta suona desolatamente negativa. C'è solo un vaniloquio che ti ronza nelle orecchie quando accendi la tv, quando sfogli un quotidiano, quando navighi nel web. ⁷²—E la discussione è tutta sulle regole, non sulle cose: la riforma della Costituzione, la legge elettorale, le procedure congressuali all'interno di questo o quel partito. Regole usate per costruire regole, il cui oggetto è il mero esercizio del potere, la distribuzione di posti e di prebende, non certo il godimento dei diritti.

Sicché il cerchio si chiude: se i libri parlano dei libri, se le leggi parlano d'altre leggi, anche i politici parlano soltanto dei politici. Tuttavia negli ultimi anni la politica è passata dalla complicazione all'eccesso di semplificazione, e il linguaggio più semplice e diretto, si sa, è l'insulto contro l'avversario. Curioso: anche in letteratura si è disegnata la medesima

parabola. Anche nel microcosmo letterario – in Italia come altrove – la sperimentazione linguistica ha ceduto il passo a una prosa sciatta, senza ricerca, senza vigore lessicale. Qui e oggi, nessuno s’azzarderebbe più a riscrivere il *Finnegans Wake* di James Joyce, né aderirebbe al *Nouveau roman* Butor e Robbe-Grillet, né saprebbe cimentarsi negli esperimenti di mistilinguismo che propose Sanguineti. Non usa più, non è più di moda. Ma dopotutto chissà mai qual è, la nuova moda. O forse sì, adesso lo sappiamo: è la ripetizione all’infinito delle mode più recenti, è il libro sul libro, è la parola disossata. Se ha gradito la lettura di questo libro la preghiamo di venire a trovarci su: marapcana.today clicchi su questo testo e troverà la biblioteca completamente gratuita più fornita ed aggiornata del web! La aspettiamo!

Qualche pagina di questo libro è già apparsa, con lievi differenze, su “la Repubblica”: rispettivamente il 21 febbraio 2017 (*Quelle leggi (e quei libri) senza realtà*); il 24 settembre 2017 (*Il male italiano della capocrazia*); il 14 ottobre 2017 (*Ecco l’era della solitudine di massa*); il 23 gennaio 2018 (*Dalle leggi ai “like” è ora di decrescere*); il 13 giugno 2018 (*Eravamo persone, ora siamo solo dati*).

L’autore ringrazia Dario Olivero, che cura le pagine culturali di “la Repubblica”, e ringrazia inoltre Antonello Schettino, Paola Sfasciotti e Silvia Silverio, per le loro osservazioni sulla prima stesura del testo.

Note

- ¹ . Intervista a H.W. JENKINS JR ., *Google and the Search for the Future* , in “The Wall Street Journal”, 14 agosto 2010.
- ² . Cfr. F. DI CIOMMO , *Privacy in Europe after Regulation (EU) NO. 2016/679: what will remain of the right to be forgotten?* in “The Italian Law Journal”, 2017, n. 2, pagg. 623 ss.
- ³ . J.B. FOSTER -R.W. MC CHESNEY, *Surveillance Capitalism Monopoly-Finance Capital, the Military-Industrial Complex, and the Digital Age* , in “Monthly Review”, 2014; S. ZUBOFF, *Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization* , in “Journal of Information Technology”, 2015, pagg. 75 ss.
- ⁴ . G. PITRUZZELLA , *La libertà di informazione nell’era di Internet* , in G. Pitruzzella, O. Pollicino, S. Quintarelli, *Parole e potere* , Egea, Milano 2017, pag. 59.
- ⁵ . E.C. PALLONE , “*Internet of Things*” e l’importanza del diritto alla privacy tra opportunità e rischi , in “Cyberspazio e diritto”, 2016, n. 1/2, pag. 178. Sulla *mass customization* v. già R. SAMARAJIVA , *Interactivity As Though Privacy Mattered* , in AA. VV ., *Technology and Privacy: The New Landscape* , a cura di P.E. Agre e M. Rotenberg, Mit Press, Massachusetts 1997, pagg. 277 ss.
- ⁶ . Come attesta un’indagine di J. ANGWIN , *The Web’s New Gold Mine: Your Secret* , in “The Wall Street Journal”, 30 luglio 2010.
- ⁷ . R. SPECTOR , *Get Big Fast* , HarperBusiness, New York 2000, pagg. 25 ss.
- ⁸ . GPEN Sweep 2017, *User Controls over Personal Information* , Global Privacy Enforcement Network, ottobre 2017.
- ⁹ . D. CARDON , *Che cosa sognano gli algoritmi* (2015), trad. it. Mondadori, Milano 2016, pagg. 11 ss.
- ¹⁰ . R. PISELLI , *La protezione dei dati personali al tempo degli algoritmi intelligenti e dei robot umanoidi* , in “Luiss Law Review”, 2017, n. 2, pag. 186 s.
- ¹¹ . Cfr. infatti F. PASQUALE , *The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information* , Harvard University Press, Harvard 2015, pagg. 9 ss.; e A. ANEESH , *Neutral Accent: How Language, Labor, and Life Become Global* , Duke University Press, Durham 2015.
- ¹² . S. SILEONI , *Autori delle proprie regole. I codici di condotta per il trattamento dei dati personali e il sistema delle fonti* , Cedam, Padova 2011, pag. 131 s.
- ¹³ . A. DONINI , *Profilazione reputazionale e tutela del lavoratore: la parola al Garante della Privacy* , in “Labour Law Issues”, 2017, n. 3, pag. 43.
- ¹⁴ . G. MACCABONI , *La profilazione dell’utente telematico fra tecniche pubblicitarie online e tutela della privacy* , in “Diritto dell’informazione e dell’informatica”, 2001, n. 3, pag. 427 s.
- ¹⁵ . Queste tre interpretazioni si trovano riassunte in S. THOBANI , *La libertà del consenso al trattamento dei dati personali e lo sfruttamento economico dei diritti della personalità* , in “Europa e diritto privato”, 2016, n. 2, pagg. 513 ss.
- ¹⁶ . V. ancora S. THOBANI , *op. cit.* , §4
- ¹⁷ . F. PIZZETTI- L. MONTUORI , *Il nuovo Regolamento Data Protection e le sfide dell’innovazione digitale* ,

- in AA. VV. , *Diritti e libertà in Internet* , a cura di T.E. Frosini, O. Pollicino, E. Apa e M. Bassini, Le Monnier, Firenze 2017, pag. 113.
- ¹⁸ . R. Piselli, *op. cit.* , pag. 199.
- ¹⁹ . S.B. BARNES , *A Privacy Paradox: Social Networking in the United States* , in “First Monday”, 11, n. 9, 2006.
- ²⁰ . Autorità garante della concorrenza e del mercato, IC53, *Indagine conoscitiva sui Big Data: Analisi della propensione degli utenti online a consentire l’uso dei propri dati a fronte dell’erogazione di servizi - Primi risultati* , 8 giugno 2018, § 13, in www.agcm.it.
- ²¹ . L.D. BRADEIS -S.D. WARREN , *The Right to Privacy* , in “Harvard Law Journal”, 4, n. 5, 1890, pagg. 193 ss.
- ²² . A. DE TOCQUEVILLE , *La democrazia in America* (1835-1840), trad. it. Rizzoli, Milano 1996, libro II, cap. X, pag. 316.
- ²³ . M. PATUCCHI , *Pedalando in bicicletta Big Data ci spia* , in “la Repubblica”, 1 febbraio 2018, pag. 21.
- ²⁴ . M. FOUCAULT , *Sorvegliare e punire* (1975), Einaudi, Torino 2014.
- ²⁵ . M. FOUCAULT , *Storia della follia nell’età classica* (1961), trad. it. Rizzoli, Milano 1990, pag. 20 s.
- ²⁶ . P.F. DRUCKER , *Le sfide di management del XXI secolo* (1999), Franco Angeli, Milano 1999, pag. 184. Cfr. anche S. TURKLE , *La conversazione necessaria. La forza del dialogo nell’era digitale* (2015), Einaudi, Torino 2016.
- ²⁷ . S. ZUBOFF , *In the Age of the Smart Machine: the Future of Work and Power* , Basic Books, New York 1988, introduce il concetto di *Informating* : il processo di digitalizzazione che traduce attività, eventi, cambiamenti e obiettivi sociali in informazioni.
- ²⁸ . Le implicazioni psicanalitiche della Rete rimangono a tutt’oggi inesplorate; v. però R. SOMMELLA-M. AMMANITI , *L’io nel filtro della Rete. L’incognita del cambiamento* , in “Corriere della Sera”, 19 dicembre 2017, pag. 28.
- ²⁹ . Cfr. lo studio richiamato da E.B. LAIDLAW , *Regulating Speech in Cyberspace* , Cambridge University Press, Cambridge 2015, pagg. 176 ss.
- ³⁰ . M. CUNIBERTI , *Tecnologie digitali e libertà politiche* , in “Diritto dell’informazione e dell’informatica”, 2015, n. 2, pagg. 275 ss. Cfr. inoltre F. FOER, *World without Mind: The existential Threat of Big Tech* , Penguin Press, New York 2017.
- ³¹ . La frase in questione si trova citata in G. SARTORI , *Homo videns* , Laterza, Roma-Bari 2000⁴ , pag. 46.
- ³² . A. CHIN , *Making the World Wide Web Safe for Democracy* , in “Hastings Communications & Entertainment Law Journal”, 1997, n. 17, pag. 309.
- ³³ . C. SUNSTEIN , *Republic.com* (2001), Il Mulino, Bologna 2003, pag. 50.
- ³⁴ . V. ancora C. SUNSTEIN , *Republic.com* , cit., pagg. 42 ss.
- ³⁵ . F. PIZZETTI , *Facebook e l’intelligenza artificiale, che c’è dietro alle ultime scelte* , in “www.agendadigitale.eu”, 12 gennaio 2018.
- ³⁶ . Tale affermazione viene richiamata da E. PARISER , *Il filtro* (2011), Il Saggiatore, Milano 2012, pag. 43.
- ³⁷ . M. GAGGI , *I pentiti (tardivi) della Silicon Valley* , in “Corriere della Sera”, 19 dicembre 2017.
- ³⁸ . D. PALANO , *La bolla mortale della nuova democrazia* , in “Il Foglio”, 28 aprile 2017, pag.1.
- ³⁹ . F. RATTO TRABUCCO , *L’ “hate speech” nell’esperienza dei “social networks” e della giurisprudenza americana* , in “Rivista della cooperazione giuridica internazionale”, 2017, n. 57, pagg. 85 ss.; F.J. ANSUATEGUI ROIG , *Libertà di espressione, discorsi d’odio, soggetti vulnerabili: paradigmi e nuove frontiere* , in “Ars interpretandi”, 2017, n. 1, pagg. 29 ss.
- ⁴⁰ . S. RODOTÀ , *Il mondo nella rete. Quali i diritti, quali i vincoli* , Laterza, Roma-Bari 2014, pag. 7.
- ⁴¹ . Questo passo della *Repubblica* di Platone può anche leggersi nella bella raccolta curata da D. PORZIO , *Elogio della Libertà* , Ferro Edizioni, Milano 1970, pag. 101.

- ⁴² . Sul punto in questione cfr. i contributi di E. SEVERINO : in particolare *La tendenza fondamentale del nostro tempo* , Adelphi, Milano 1988; *Il destino della tecnica* , Rizzoli, Milano 1998; *Democrazia, tecnica, capitalismo* , Morcelliana, Brescia 2009.
- ⁴³ . C.L. DE MONTESQUIEU , *De l'esprit des lois* (1748), ediz. a cura di R. Derathé, Rizzoli, Milano 1989, libro VI, cap. 2, pag. 224.
- ⁴⁴ . A. CHADWICK , *Internet Politics. States, Citizens, and New Communication Technologies* , Oxford University Press, New York-Oxford 2006, pag. 198 s.
- ⁴⁵ . M. VILLONE , *Internet e la politica* , in AA. VV ., *Nuovi mezzi di comunicazione e identità* , a cura di M. Villone, A. Ciancio, G. De Minico, G. Demuro e F. Donati, Aracne, Roma 2012, pag. 569.
- ⁴⁶ . M. DEL VICARIO e altri, *Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook* , in "Scientific reports", 2016, n. 6. Cfr. inoltre A. BESSI e altri, *Trend of Narratives in the Age of Misinformation* , in "PLoS One", 14 agosto 2015; F. ZOLLO- W. QUATTROCIOCCI , *Misinformation spreading on Facebook* , arXiv:1706.09494v2, 8 luglio 2017.
- ⁴⁷ . Così "The Economist", *Art of the Lie* , 10 settembre 2016, pag. 11. Sulle *fake news* cfr. F. DONATI , *"Fake news" e libertà di informazione* , in "I diritti dell'uomo", 2017, n. 1, pagg. 49 ss.; nonché M. CUNIBERTI , *Il contrasto alla disinformazione in rete tra logiche del mercato e (vecchie e nuove) velleità di controllo* e O. POLLICINO , *Fake news, internet and metaphors (to be handled carefully)* , entrambi in "Rivista di diritto dei media", 2017, n. 1 (www.medialaws.eu).
- ⁴⁸ . G. PITRUZZELLA , *op. cit.* , pag. 71 s.
- ⁴⁹ . G. DE GREGORIO , *"The market place of ideas" nell'era della post-verità: quali responsabilità per gli attori pubblici e privati "online"?* , in "Rivista di diritto dei media", 2017, n. 1 (www.medialaws.eu).
- ⁵⁰ . E. PARISER , *Il filtro* , *cit.* , pag.71.
- ⁵¹ . Vedine una sintesi in W. QUATTROCIOCCI , *L'era della (dis)informazione* , in "le Scienze", n. 570, febbraio 2016, pagg. 30 ss.
- ⁵² . M. P. LYNCH , *The Internet of us: Knowing more and understanding less in the age of Big Data* , W.W. Norton & Company, New York 2017.
- ⁵³ . E. SASSI , *Internet ergo sum: voci dalla rete* , in "Tecnologie didattiche", 2010, n. 50, pag. 43.
- ⁵⁴ . T. W. ADORNO , *Cultura e amministrazione* (1960), in *Scritti sociologici*, Einaudi, Torino 1976, pag. 136.
- ⁵⁵ . R.N. PROCTOR- L. SCHIEBINGER , *Agnology. The Making & Unmaking of Ignorance* , Stanford University Press, Stanford 2008. Ma Proctor aveva coniato il termine in questione già nel 1995.
- ⁵⁶ . V. QAZVINIAN e altri, *Rumor has it: Identifying misinformation in microblogs* , in AA. VV ., *Proceedings of the 2011 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing* , a cura dell'Association for Computational Linguistics, Acl, Edimburgh 2011, pagg. 1589 ss.; G. CIAMPAGLIA e altri, *Computational fact checking from knowledge networks* , in "PLoS One", 27 ottobre 2015.
- ⁵⁷ . Così gli economisti L. ZINGALES e G. ROLNIK in un articolo sul "New York Times": *A Way to Own Your Social-Media Data* , 30 giugno 2017. Cfr. anche F. CHIUSI , *Democrazia digitale* , in "L'Espresso", 17 settembre 2017.
- ⁵⁸ . Come risulta dall'indagine dell'Autorità Antitrust italiana (§ 5) citata *retro* , nt. 20.
- ⁵⁹ . Cfr. rispettivamente C. SUNSTEIN , *op. cit.* , pagg. 195 ss., e E. PARISER , *op. cit.* , pagg. 190 ss.
- ⁶⁰ . E. MOROZOV , *Internet non salverà il mondo* , trad. it. Mondadori, Milano 2014, pag. 332.
- ⁶¹ . *Politica* , I, 1, 1253 a.
- ⁶² . P. HAWKEN , *The Next Economy* , Holt, Rinehart and Winston, New York 1983.
- ⁶³ . D. ZOLO , *Il principato democratico* , Feltrinelli, Milano 1992, pag. 147.
- ⁶⁴ . P. IGNAZI , *Il falso mito del declino dei partiti* , in "Scienza & Politica", 2010, n. 28, pag. 32.
- ⁶⁵ . J.-J. ROUSSEAU , *Il contratto sociale* (1762), ediz. it. a cura di V. Gerratana, Einaudi, Torino 1994, pag. 127.
- ⁶⁶ . D. CABRAS , *Crisi della democrazia rappresentativa e democrazia elettronica* , in "Rassegna

parlamentare”, 2017, n. 2, pagg. 271 ss.

⁶⁷ . B. BARBER , *If Mayors Ruled the World* , Yale University Press, New Haven 2013.

⁶⁸ . H. KÜNG , *Un caso di doppia cittadinanza religiosa: cristianesimo e religione cinese* , in “Daimon”, 2001, p. 91. Sull’eclettismo religioso v. inoltre J. BAUBÉROT , *La laïcité, une chance pour le XXIe siècle* , in AA. VV ., *La laïcité à l’épreuve* , a cura di J. Baubérot, Encyclopaedia Universalis Éditeur, Paris 2004, p. 13.

⁶⁹ . V. rispettivamente le cronache di M. BRAMBILLA , *Se l’italiano cambia Dio* , in “la Repubblica”, 14 marzo 1999; e di A. TORNIELLI , *Così gli italiani sono diventati un popolo di fedeli fai da te* , in “la Stampa”, 19 giugno 2012.

⁷⁰ . Più in generale, v. le critiche di M. DOGLIANI , *Costituzione e antipolitica* , Ediesse, Roma 2016.

⁷¹ . M. AINIS , *La legge oscura* , Laterza, Roma-Bari 2010, pagg. 159 ss.

⁷² . Le (cattive) parole della politica vengono messe in fila da F. MERLO , *Sillabario dei malintesi* , Marsilio, Venezia 2017.